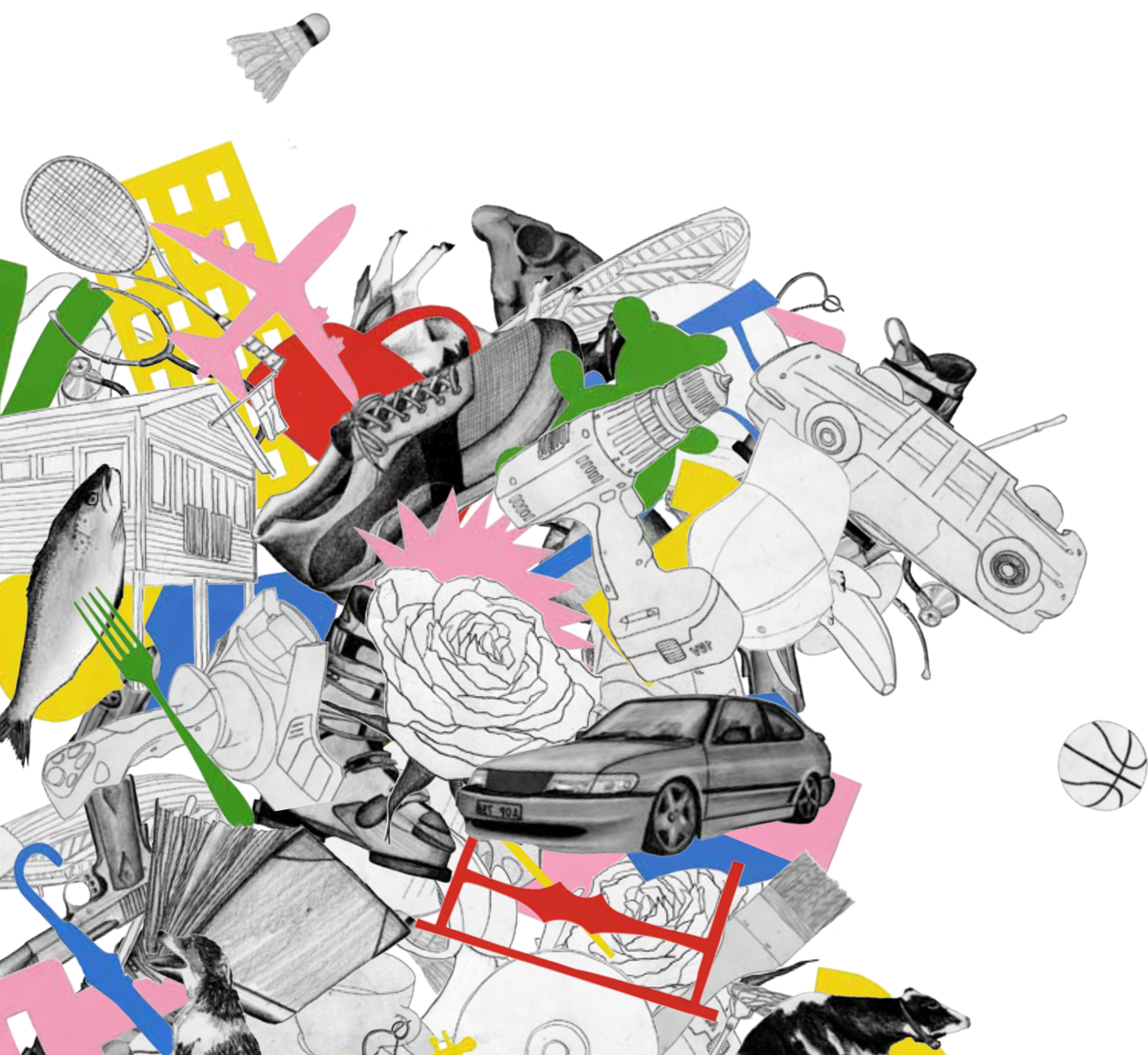


# KONSUMTIONSRAPPORTEN

---

# 2010



GÖTEBORGS UNIVERSITET  
HANDELSHÖGSKOLAN





# KONSUMTIONSRAPPORTEN – 2010

Centrum för konsumtionsvetenskap | CFK | Handelshögskolan vid Göteborgs universitet | 2010  
Omslag av Mariana Alves |



# INNEHÅLL

<b>INTRODUKTION</b>	<b>7</b>
<b>SAMMANFATTNING</b>	<b>9</b>
<b>SUMMARY</b>	<b>11</b>
<b>BASFAKTA</b>	<b>13</b>
Konsumtionen i kronor	13
Utgifter per hushåll	18
Välbefinnande	24
Ekologiska livsmedel	26
<b>FÖRDJUPNINGAR</b>	<b>27</b>
Hur mycket dricker vi? Om svårigheter att mäta svenskarnas alkoholkonsumtion	28
Varför ökar vår konsumtion av förbrukningsvaror?	32
Varför ökar de svenska hushållens utgifter för elektricitet?	35
<b>SLUTSATSER OCH BLICKAR FRAMÅT</b>	<b>42</b>
<b>REFERENSER</b>	<b>44</b>
<b>BILAGOR</b>	<b>46</b>
Bilaga 1 Konsumtionen i kronor	47
Bilaga 2 Utgifter per hushåll	53
Bilaga 3 Välbefinnande	68
Bilaga 4 Ekologiska livsmedel	69
Bilaga 5 Kategorisering av hushållens konsumtion i Nationalräkenskaperna	70
Bilaga 6 Kategorisering av hushållens utgifter i HUT-undersökningen	72



# INTRODUKTION

Vad konsumerar de svenska hushållen och hur har den privata konsumtionen förändrats? I rapportserien Konsumtionsrapporten som ges ut av Centrum för Konsumtionsvetenskap (CFK), Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, sammanställs statistik och analys över den svenska privatkonsumtionen. Den första rapporten i serien kom ut 2007. Konsumtionsrapporten ger en bild över konsumtionens förändring över tid och de större förändringarna tas upp för vidare reflektion. Aktiva konsumtionsforskare med anknytning till CFK bidrar med fördjupningsanalyser utifrån sina specialområden för att sprida ljus över nya konsumtionstrender.

Konsumtionen bidrar inte enbart till samhällets tillväxt, utan är också en viktig aspekt av företagens, de statliga myndigheternas och hushållens verksamheter. Handel utgör en växande del av Sveriges BNP, vilket placerar Konsumtionsrapporten i fokus för dem som vill bilda sig en god överblick över hur de svenska hushållen väljer att spendera sina pengar, vilka konsumtionsvaror som ökar respektive minskar sina andelar, samt hur konsumtionen förändras över tid.

Konsumtionsrapporten 2010 är baserad på aktuell statistik från 2009. Rapporten är sammanställd av fil dr John Magnus Roos. Första delen av rapporten innehåller basfakta där de viktigaste konsumtionsmönstren beskrivs. Vid sidan om statistik över utgifter för t ex livsmedel, bostad och transporter visar Konsumtionsrapporten hur nöjda konsumenterna är med sina liv. För att ge en bakgrund till konsumtionsutvecklingen sedan 1999 presenterar denna rapport hur priserna förändrats under samma period.

Andra delen av rapporten innehåller en fördjupningsdel där olika teman analyseras av utvalda konsumtionsforskare som på olika sätt samarbetar med CFK. I föreliggande rapport belyses den svenska alkoholkonsumtionen samt svårigheter med att mäta denna konsumtion, de svenska hushållens konsumtion av förbrukningsvaror och hushållens ökade utgifter för elektricitet. Denna analysdel är unik i och med att forskare från olika discipliner gör sina egna tolkningar och beskrivningar utifrån aktuell statistik. Sist i rapporten finns en bilaga med detaljerade tabeller och kompletterande information.

Den första rapporten i serien publicerades i juni 2007 (Konsumtionsrapporten – konsumtionen 2005) och tog sin utgångspunkt i statistik från 2005 och jämför med åren 1995 och 2000. Ur innehållet kan nämnas att den privata konsumtionen ökade med närmare 30 procent mellan 1995 och 2005. Sedan dess har ytterligare två rapporter kommit. Konsumtionsrapporten finns tillgänglig för nedladdning på nätet, [www.cfk.gu.se](http://www.cfk.gu.se)

Vår förhoppning är att Konsumtionsrapporten kommer företag, konsumentorganisationer, myndigheter och konsumenter till godo.

John Magnus Roos | Centrum för konsumtionsvetenskap |





# SAMMANFATTNING

I Konsumtionsrapporten 2010 sammanfattas och analyseras hushållens privata konsumtion i Sverige under 2009. Rapporten inleds med en översikt av offentlig statistik om hushållens utgifter och välbefinnande. Därefter analyseras tre områden djupare av forskare knutna till CFK. Sist i rapporten finns bilagor med detaljerad statistik.

## Basfakta

- Hushållens totala konsumtion uppgick till 1 477 miljarder kronor under 2009
- Hushållen konsumerade 0,6 % mindre jämfört med 2008 och 24 % mer jämfört med 1999<sup>1</sup>.
- År 2009 är första året som den totala konsumtionen minskade mellan två år sedan 1993.
- Under perioden 2005 till 2009 har hushållens utgifter för el och förbrukningsvaror ökat anmärkningsvärt.
- Under perioden 2005 till 2009 har hushållens totala utgifter för telefonsamtal och abonnemang minskat.
- Priserna minskade med 0,3 % mellan 2008 och 2009. Under perioden 1999-2009 har priserna ökat med 15,9 %.
- De konsumtionsområden som ökat mest sedan 2008 är:
  - Hälso- och sjukvård, 5,7%
  - Alkohol och tobak, 5,1 %
  - Utländsk konsumtion i Sverige 4,9%
- De konsumtionsområden som ökat mest mellan 1999 och 2009 är:
  - Kommunikationstjänster, 132%
  - Utländsk konsumtion i Sverige 104%
  - Möbler, hushållsartiklar och underhåll, 76 %
  - Fritid, underhållning och kultur, 66 %
  - Kläder och skor, 53 %
- Det konsumtionsområde som minskat mest sedan 2008 är:
  - Hushållens konsumtion i utlandet, -13,8 %
- Ensamstående med barn har lägst totala utgifter. De områden där de spenderar mindre än andra konsumtionsenheter är alkoholhaltiga drycker, utemåltider, möbler, transporter och fritid.
- Sambor utan barn har högst totala utgifter. De har högst utgifter för utemåltider, alkoholhaltiga drycker, transporter och fritid.
- Män spenderar mer än kvinnor på alkoholhaltiga drycker, tobak samt lek, sport, hobby.
- Män spenderar mindre än kvinnor på personlig hygien, underkläder, skor och övriga tjänster.
- År 2009 var det fler svenskar än tidigare som uppgav att de var mycket nöjda med sina liv. Ökningen från tidigare år var särskilt stor hos kvinnor.
- Miljömärkta livsmedel ligger på 3,5 % av alla livsmedel hushållen köper.

<sup>1</sup> Fasta priser, d v s konstant penningvärde/inflationsjusterat

### Fördjupningar

- Svenskarnas alkoholkonsumtion minskar trots att systembolagets försäljningsstatistik ökar. Detta beror på att legal och illegal införsel från utlandet minskar.
- Från 2007 till 2009 har de svenska hushållens konsumtion av förbrukningsvaror (ex. toalett papper och hygienartiklar) ökat. Detta beror bland annat på att konsumenter i tuffare tider avstår från investeringar och konsumtion med högre finansiella risker och istället konsumerar produkter som de kortsiktigt anser sig ha råd med.
- Män blir allt mer intresserade av skönhetsprodukter vilket är ytterligare en förklaring till att konsumtionen av förbrukningsvaror har ökat.
- De svenska hushållens utgifter för el har ökat vilket främst förklaras av stigande elpriser men också av att antalet eldrivna apparater har ökat i de svenska hushållen.

# SUMMARY

In the Consumption Report 2010 (Konsumtionsrapporten 2010) Swedish households' expenditures in 2008 are summarized and analysed. It is based on statistics from Statistics Sweden and from the SOM institute at the University of Gothenburg. The report is published by Centre for Consumer Science at School of Business, Economics and Law, University of Gothenburg.

## Basic facts

- The Swedish households had expenditures of SEK 1477 billions in 2009.
- The households' expenditures decreased with 0.6 percent compared to 2008 and increased 24 percent compared to 1999.
- For the first time since 1993 the total consumption in Sweden decreased between two years, from 2008 to 2009.
- During the period 2005- 2009 the households' expenditures for electricity and consumables/consumer goods (e.g. toilet paper and hygiene articles) increased by more than 20%.
- During the period 2005-2009 total expenditures for Swedish households related to phone calls and telephone subscriptions decreased.
- Prices decreased with 0.6 percent from 2008 to 2009. 1999-2009 prices increased with 15,9 percent.
- Expenditure groups that increased the most compared to 2008 were:
  - Health and hospital services, 5.7 percent
  - Alcohol and tobacco, 5.1 percent
  - Purchases by non-resident households in Sweden, 4.9 percent
- Expenditure groups that had high increases between 1999 and 2009:
  - Communication services, 132 percent
  - Purchases by non-resident households in Sweden, 104 percent
  - Furnishings, household equipment and routine maintenance of the house, 76 percent
  - Leisure time and culture, 66 percent
  - Clothing and footwear, 53 percent
- The expenditure group that decreased the most compared to 2008:
  - Purchases by non-resident households in Sweden, -13.8 percent
- Single persons with children had the lowest total expenditures. They consume less than other housekeeping units regarding alcoholic beverages, dinner out, furniture, transports and leisure activities.
- Cohabiting without children had the highest total expenditures. They consume more than other housekeeping units regarding alcoholic beverages, dinner out, transports and leisure activities.
- Men spent more money than women on alcoholic beverages, tobacco, sport and hobby.
- Men spent less money than women on personal hygiene, underwear, footwear, other services.
- In 2009, more Swedish people than ever were very satisfied with their life. The increase from 2008 to 2009 was especially large among women.
- The share of consumption of ecological and environmental goods was 3.5 percent.

### In-depth articles

- The Swedish consumption of alcohol decreases despite the fact that the Swedish Alcohol Retailing Monopoly sells more. The reason is that legal and illegal direct purchases abroad by Swedish residents have decreased.
- From 2007 to 2009 the Swedish household's expenditures for consumables/consumer goods increased. One reason is that consumers in a recession consume less durable goods and high-risk investments and instead use their money for more short term expenditures.
- Men become more and more interested in beauty articles and cosmetics which also explain the increases in consumption related to consumables/consumer goods.
- The Swedish households' expenditures of electricity have increased. The main reason is increases in the price of electricity. Another reason is increases in number of devices that needs electricity.

# BASFAKTA

Basfaktablocket beskriver den privata konsumtionen i Sverige 2009 och visar utvecklingen de senaste tio åren med fokus på hur konsumtionen förändrats sedan 2008. Först presenteras den totala konsumtionen i kronor inom hushållets primära konsumtionsområden, följt av utgifternas fördelning mellan olika hushållskategorier. Därefter följer ett avsnitt om välbefinnande, som är en viktig referenspunkt till konsumtionsutvecklingen. Sist i basfaktablocket ges en översikt över konsumtionen av miljömärkta livsmedel.

## KONSUMTIONEN I KRONOR

Hushållens totala konsumtion uppgick till 1 477 miljarder kronor 2009, tabell 1. Bostaden står för den största delen av den privata konsumtionen, 27 procent, och omfattar bland annat hyra, lånekostnader och uppvärmning. Andra stora poster är livsmedel och alkoholfria drycker, 13 procent, transporter, 12 procent, och fritid, underhållning och kultur, 11 procent. I bilaga 5 finns en förteckning över vilka varor och tjänster som ingår i respektive konsumtionsområde.

Tabell 1 Hushållens totala konsumtion i Sverige 2009

Konsumtionsområden	andel 2009	miljarder kronor 2009 löpande priser	förändring sedan 1999 fasta priser	förändring sedan 2008 fasta priser	genomsnittl förändr sedan 1999
01 livsmedel och alkoholfria drycker	13%	188	25%	1,6%	2,3%
02 alkohol och tobak	4%	56	5%	5,1%	0,5%
03 kläder och skor	5%	75	53%	2,1%	4,4%
04 bostad	27%	401	8%	0,4%	0,7%
05 möbler, hushållsartiklar, underhåll	5%	80	76%	0,9%	5,8%
06 hälso- och sjukvård	3%	51	44%	5,7%	3,7%
07 transporter	12%	181	2%	-5,4%	0,2%
08 kommunikation	3%	48	132%	4%	8,8%
09 fritid, underhållning, kultur	11%	172	66%	1,0%	5,2%
10 utbildning		5	..	3,9%	..
11 hotell, café, restaurang	5%	79	19%	-4%	1,7%
12 övriga varor och tjänster		156	..	1,7%	..
Delsumma	100%	1 491	27%	0,3%	2,4%
15 hushållens konsumtion i utlandet		66	14%	-13,8%	1,3%
16 utländsk konsumtion i Sverige		-80	104%	4,9%	7,4%
Summa		1 477	24%	-0,6%	2,2%

Källa: SCB, Nationalräkenskaperna, Hushållens konsumtionsutgifter fördelade efter ändamål (FN:s klassificering COICOP). Beloppen gäller hushållens egna utgifter och skattas med hjälp av den årliga hushållsundersökningen (HUT) och omsättningssiffror från handeln. Konsumtion som finansieras av ideella organisationer (COICOP 13) och offentlig sektor (COICOP 14) t ex skola och sjukvård ingår ej. Beloppen är uppdaterade enligt publicering 2010-11-29

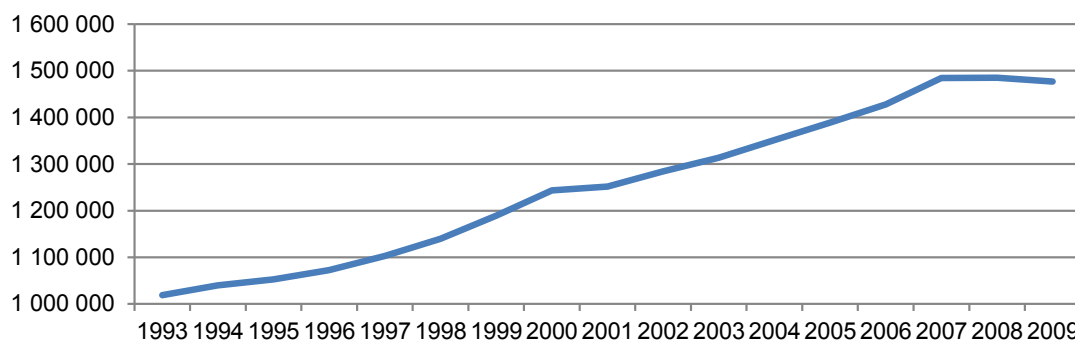
## Konsumtionen avtar

På en tioårsperiod (1999-2009) har konsumtionsvolymen ökat med 24 procent<sup>1</sup>. Det innebär att vi köpte 24 procent mer och/eller dyrare varor och tjänster under 2009 jämfört med 1999. Priserna ökade under dessa år med sammanlagt 16 procent, bilaga 1 - tabell 1.3.

Jämfört med 2008 har konsumtionen minskat med 0,6 procent. Den årliga ökningen de senaste 10 åren har legat på 2,2 procent i snitt<sup>2</sup>. Från 2005 till 2008 steg inflationstakten i Sverige kontinuerligt medan den minskade från 2008 till 2009. I löpande priser, det vill säga utan inflationsjustering, ökade hushållens utgifter med 1,4 procent mellan 2008 och 2009, från 1457 miljarder kr till 1477 miljarder kr.<sup>3</sup>

Om penningvärdet skulle ha konstanthållits så skulle den totala konsumtionen ha minskat från 2008 till 2009. Det är värt att notera att detta är den första gången som den totala konsumtionen (i fasta priser) minskat mellan två år sedan SCB:s första (via internet tillgängliga) mätning år 1993 (Figur 1).<sup>4</sup>

Figur 1 Hushållens totala konsumtion i miljoner kronor under perioden 1993-2009, fasta priser



Källa: SCB, Nationalräkenskaperna, Hushållens konsumtionsutgifter 2010-11-29

## Livsmedel och alkoholfria drycker

Konsumtionen av livsmedel och alkoholfria drycker ökade 1,6 procent mellan 2008 och 2009, tabell 1. Den genomsnittliga ökningen har varit 2,3 procent per år sedan 1999. Under tioårsperioden 1999 till 2009 ökade konsumtionen av livsmedel och alkoholfria drycker 25 procent, tabell 1 och figur 2. Priserna ökade med 2,9 procent från 2008 till 2009 och 15,8 procent från 1999 till 2009, bilaga 1.

## Alkohol och tobak

Hushållens köp av alkohol och tobak i Sverige ökade 5,1 procent mellan 2008 och 2009, tabell 1. Sedan 1999 har konsumtionen ökat med i snitt 0,5 procent per år. Mellan 1999 och 2009 ökade konsumtionen med sammanlagt 5,0 procent, tabell 1 och figur 2. Konsumtionsområdet ”alkohol och tobak” i tabell 1 gäller inköp i Sverige. Inköp i utlandet ingår i kategorin ”hushållens konsumtion

<sup>1</sup> Mätt i fasta priser. Fasta priser innebär att penningvärdet hålls konstant. Ökning i fasta priser innebär att konsumenterna köpt mer och/eller exklusivare produkter/tjänster.

<sup>2</sup> Den genomsnittliga årliga ökningen är mindre än 1/10 av den totala ökningen på 10 år. Om något ökar med 10% per år så blir den totala ökningen 10 år senare 159%. Genomsnittlig årlig förändring på 10 år beräknas genom att ta 10:e roten ur kvoten av konsumtionen år 10 och konsumtionen år 0.

<sup>3</sup> Enligt Konsumtionsrapporten 2009 var den totala konsumtionen år 2008 1417 miljarder kr. Mer uppdaterad statistik visar dock att konsumtionen var 1457 miljarder.

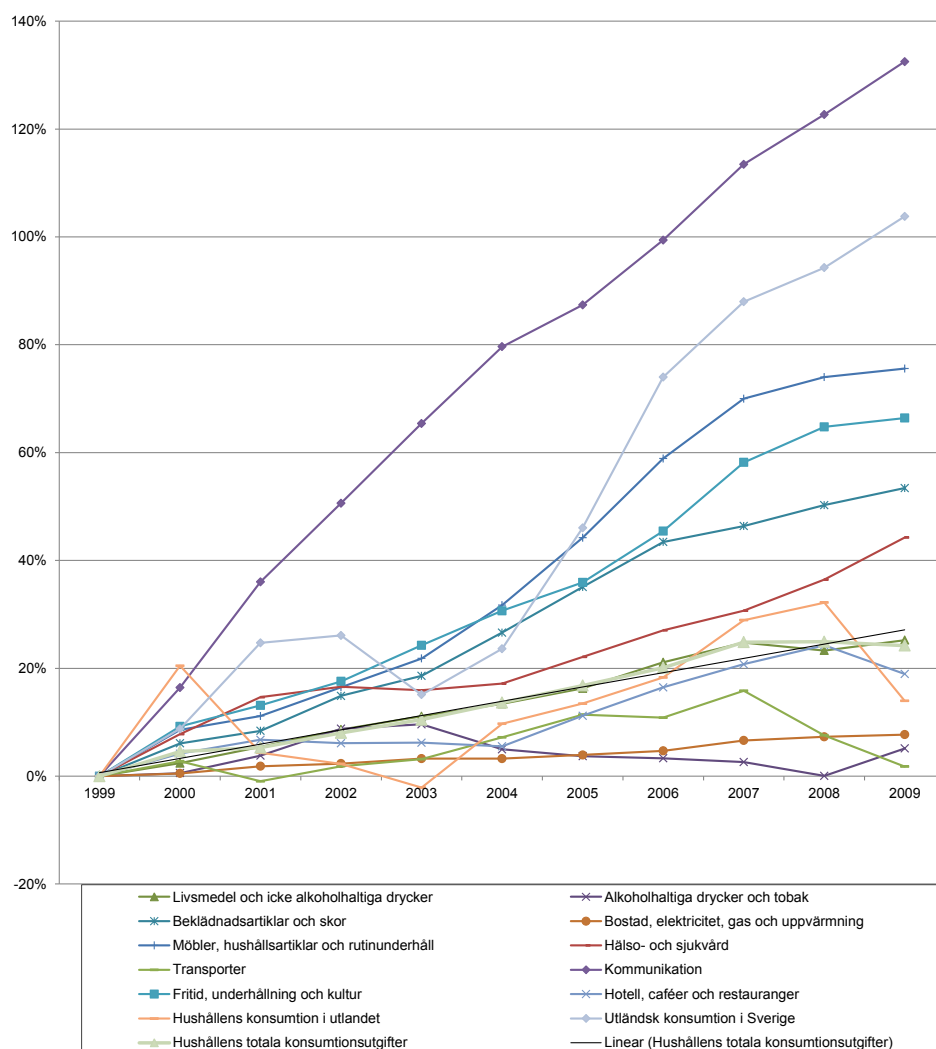
<sup>4</sup> Enligt Konsumtionsrapporten 2009 minskade konsumtionen 0,3 procent från 2007 till 2008. Sedan rapporten publicerades har dock statistiken justerats till en ökning på 0,05 procent.

i utlandet”. Priserna på alkoholhaltiga drycker och tobak i Sverige ökade 2,8 procent från 2008 till 2009 och 24,9 procent från 1999 till 2009, bilaga 1. För att få en rättvisande bild av den svenska alkoholkonsumtionen måste hänsyn tas till oregistrerade delmängder som inte redovisas i SCB:s statistik (Mats Ramstedt, docent vid Centrum för Socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning, SoRAD, personlig kommunikation 101021). Vi ägnar därför en av årets fördjupningar till att diskutera problematiken att mäta alkoholkonsumtion och betydelsen av att beakta hela alkoholmarknaden.

### Kläder och skor

Konsumtionen av kläder och skor ökade 2,1 procent mellan 2008 och 2009, tabell 1. Den genomsnittliga ökningen mellan 1999 och 2009 var 4,4 procent per år. Hushållen konsumerade 53 procent mer kläder och skor under 2009 jämfört med 1999, tabell 1 och figur 2. Priserna på kläder och skor ökade med 1,5 procent mellan 2008 och 2009. Mellan 1999 och 2009 ökade priserna 5,4 procent i denna kategori, bilaga 1 - tabell 1.3.

Figur 2 Förändring i hushållens konsumtion per konsumtionsområde 1999-2009



Källa: SCB, Nationalräkenskaperna, Hushållens konsumtionsutgifter fördelade efter ändamål (FN:s klassificering COICOP)

## Bostad

Den sammanlagda bostadskonsumtionen har knappt förändrats sedan 2008, en marginell ökning på 0,4 procent, tabell 1. Den genomsnittliga förändringen mellan 1999 och 2009 var 0,7 procent. Den totala konsumtionsökningen var 8 procent under 10-årsperioden, tabell 1 och figur 2. Priserna i boendekategorin har minskat med 4,6 procent mellan 2008 och 2009. Från 1999 till 2009 var prisökningen 29,8 procent, bilaga 1.

## Möbler, textilier, hushållsartiklar och underhåll

Konsumtionskategorin möbler, textilier, hushållsartiklar och underhåll ökade med 0,9 procent mellan 2008 och 2009, tabell 1. Den genomsnittliga ökningen per år under 10-årsperioden 1999-2009 var 5,8 procent. Totalt ökade kategorin 76 procent mellan 1999 och 2009, tabell 1 och figur 2. Priserna på möbler och andra hushållsvaror ökade med 1,7 procent mellan 2008 och 2009. Jämfört med 1999 ligger priserna 1,0 procent högre 2009, bilaga 1.

## Hälso- och sjukvård

De hälso- och sjukvårdskostnader som hushållen betalar direkt (ej via skattsedeln)<sup>5</sup> uppgår till 3 procent av den totala konsumtionen, tabell 1. Dessa kostnader visar på en ökning av konsumtionen av hälso- och sjukvård med 5,7 procent mellan 2008 och 2009, vilket ligger över den årliga genomsnittliga ökningen på 3,7 procent mellan 1999 och 2009. Den totala ökningen under hela 10-årsperioden är 44 procent, tabell 1 och figur 2. Mellan 2008 och 2009 var prisökningen 0,8 procent i denna kategori medan priserna ökade med 29,3 procent under 10-årsperioden 1999 till 2009, bilaga 1.

## Transporter

Transportkonsumtionen består av inköp och drift av fordon och köp av transporttjänster som lokalresor. Konsumtionen minskade 5,4 procent mellan 2008 och 2009, tabell 1. Under 10-årsperioden 1999-2009 ser vi dock en ökning på i genomsnitt 0,2 procent per år. Sammantaget innebär det en ökning på 2 procent under hela perioden, tabell 1 och figur 2. Priserna i transportkategorin ökade 0,6 procent från 2008 till 2009 och 24,6 procent från 1999 till 2009, bilaga 1.

## Kommunikation

Hushållens konsumtion av kommunikationsrelaterade varor och tjänster (t ex posttjänster, telefoni och telefoner) ökade 4,0 procent mellan 2008 och 2009, tabell 1. Den genomsnittliga årliga ökningen under perioden 1999 till 2009 var 8,8 procent. Konsumtionen ökade med 132 procent mellan 1999 och 2009, tabell 1 och figur 2. En viktig anledning till ökningen är att priserna sjunkit mycket på mobiltelefoner och mobilsamtal vilket gör kommunikationssektorn konkurrenskraftig gentemot andra sektorer. Prissänkningen i hela kategorin post- och telekommunikation var 3,1 procent från 2008 till 2009 och 32,5 procent mellan 1999 och 2009, bilaga 1.

## Fritid, underhållning och kultur

Hela fritidsområdet har ökat med 1,0 procent mellan 2008 och 2009, tabell 1. Den genomsnittliga ökningen per år ligger på 5,2 procent under perioden 1999 till 2009. Den sammanlagda ökningen under denna 10-årsperiod var 66 procent, tabell 1 och figur 2. Priserna ökade med 0,5 procent mellan 2008 och 2009. Under 10-årsperioden, från 1999 till 2009, sjönk priserna med 7,5 procent, bilaga 1.

<sup>5</sup> T ex egenavgifter för medicin och patientavgifter.



### **Utbildning**

Hushållens kostnader för utbildning är en liten kategori, mindre än 1 procent av hushållets totala konsumtion, tabell 1. 2003 flyttades avgifter för förskolan från ”övriga varor och tjänster” till ”utbildning”. Utbildningskategorin var så liten att ändringen fick mycket stor effekt, därför beräknas inte utvecklingen på 10 år.

### **Hotell, caféer och restauranger**

Hushållens konsumtion på restauranger och caféer minskade med 4 procent mellan 2008 och 2009, tabell 1. I genomsnitt ökade konsumtionen med 1,7 procent per år mellan 1999 och 2009 vilket motsvarar en sammanlagd ökning på 19 procent, tabell 1 och figur 2. Priserna steg med 3,0 procent mellan 2008 och 2009. Prisökningen var 30,1 procent mellan 1999 och 2009, bilaga 1.

### **Övriga varor och tjänster**

Personlig service, personliga artiklar och samhällsservice ingår i kategorin övriga varor och tjänster liksom försäkrings- och finansiella tjänster. Konsumtionen ökade med 1,7 procent från 2008 till 2009, tabell 1. Priserna ökade 2,3 procent från 2008 till 2009 och 34,9 procent från 1999 till 2009, bilaga 1.

### **Konsumtion i utlandet**

Hushållens konsumtion i utlandet minskade med 13,8 procent mellan 2008 och 2009, tabell 1. Under perioden 1999-2009 har hushållens konsumtion i utlandet ökat med i genomsnitt 1,3 procent per år vilket motsvarar en sammanlagd ökning på 14 procent, tabell 1 och figur 2.

### **Utländsk konsumtion i Sverige**

Turisters konsumtion i Sverige var 4,9 procent större 2008 jämfört med 2009, tabell 1. Den genomsnittliga ökningen är 7,4 procent per år mellan 1999 och 2009, tabell 1 och figur 2. Turisternas konsumtion ökade så mycket som 104 procent dessa 10 år, tabell 1 och figur 2.

## UTGIFTER PER HUSHÅLL

Utgifterna är cirka 280 000 kronor per år i ett genomsnittligt hushåll, tabell 2. Bostaden är den största utgiften och står för 72 350 kronor, 25,8 procent<sup>6</sup>. Därtill kommer inredning med 16 070 kronor, 5,7 procent. Andra stora utgiftsposter är transporter med 42 650 kronor, 15,2 procent och köpta livsmedel<sup>7</sup> 37 460 kronor, 12,4 procent. Alkoholhaltiga drycker, tobak och utemåltider står tillsammans för knappt 16 470 kronor per hushåll, 5,9 procent<sup>8</sup>.

### Förändring över tiden

De genomsnittliga utgifterna per hushåll minskade från 2008 till 2009. Framförallt var det kategorin transporter som svarade för den största skillnaden mellan åren. Den största procentuella ökningen sedan 2005 har skett inom kategorin förbrukningsvaror. Särskilt intressant är hushållens kraftiga ökning av förbrukningsvaror sedan år 2007. Att utgifterna för förbrukningsvaror har ökat med 20 procent (eller över 1 000 kronor per hushåll) under perioden 2007-2009 kan tyckas gå emot samhällsidealet om en hållbar utveckling. Vad denna ökning kan tänkas bero på diskuteras i en av årets fördjupningar.

Tabell 2 Utgifter i kronor per hushåll - över en femårsperiod

	2005	2006	2007	2008	2009
Antal medverkande	2079	1972	2254	2120	2047
Genomsnittligt antal personer	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1
Konsumtionsenheter	1,57	1,59	1,57	1,58	1,57
Beräknad populationsstorlek	3 883 910	3 988 100	3 977 510	3 984 880	4 002 530
Totala utgifter	265 920	267 740	267 600	295 040	280 610
Köpta livsmedel	29 130	30 420	30 750	34 130	34 780
Alkohol fria drycker	2 420	2 500	2 400	2 660	2 680
Utemåltider	9 780	10 250	10 230	10 470	10 450
Alkoholhaltiga drycker (även lättöl)	3 750	3 560	3 730	3 930	4 000
Tobak	2 010	1 860	1 800	2 210	2 020
Förbrukningsvaror	5 240	5 560	5 220	5 890	6 290
Hushållstjänster	13 200	12 390	8 520	10 250	13 530
Kläder och skor	13 760	13 380	14 450	14 900	13 710
Bostad	65 680	65 800	66 950	73 340	72 350
Möbler, invent., textil, hush. utr.	16 340	14 790	15 950	17 300	16 070
Hälso- och sjukvård	6 910	6 000	6 430	6 580	6 400
Transport	45 870	48 850	47 280	50 250	42 650
Fritid och kultur	50 070	49 280	49 720	55 120	53 970
Skattepliktiga förmåner	1 280	1 530	1 770	2 060	1 840

Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT) publicerad 2010-12-08

<sup>6</sup> Bostadsutgifterna i SCB:s undersökning Hushållens utgifter (HUT) gäller faktiska utgifter.

HUT bygger på kassaböcker under två veckor från ett urval av ca 2000 hushåll. Vissa uppgifter samlas via telefonintervjuer (sällanköp) och register (t ex a-kassa). Utgifternas indelning i kategorier skiljer sig något från nationalräkenskaperna (NR), tabell 1.

<sup>7</sup> Inkl. alkoholfria drycker

<sup>8</sup> I tabell 2.1 i bilaga 2 redovisas utgifterna från tabell 2 med ett 95%-igt konfidensintervall.

Under 1990-talet omreglerades ett antal marknader i Sverige som tidigare karaktäriserats av ett statligt monopol, exempelvis marknaderna för telekommunikation, elektricitet och försäkring. Anledningar till omregleringarna var att öka konsumenternas tillfredsställelse genom valmöjlighet och att öka marknadernas effektivitet genom konkurrensutsättning. En rapport av Konsumentverket (2010:25) visar att konsumenter som upplever nöjdhet efter leverantörsbyte gör detta främst eftersom de lyckats förhandla sig till bättre priser. På elmarknaden är dock missnöjet större än på övriga marknader, vilket främst beror på ökade elpriser (Konsumentverket, rapport 2010:25). Detta tycks överensstämma med statistik från SCB som visar att hushållens utgifter för el har ökat kraftigt under perioden 2005-2009. Vad dessa ökade utgifter kan tänkas bero på, samt elmarknadens funktionssätt, diskuteras i en av årets fördjupningar. Intressant att notera att utgifterna inte ökat särskilt anmärkningsvärt på marknaden för hem-och villa försäkring. Beträffande marknaden för telekommunikation så har de totala utgifterna för telefon minskat under perioden 2005-2009. Det är framförallt utgifter för fasttelefoni som minskat medan utgifterna för mobiltelefoni har varit relativt konstanta (tabell 3).

Tabell 3 Utgifter i kronor per hushåll över tiden på nyligen omreglerade marknader

	2005	2006	2007	2008	2009
Elektricitet, gas och andra bränslen	9 130	9 330	9 760	10 340	11 350
Hem-och villa försäkring	1 970	1 940	1 960	2 030	2 030
Mobiltelefon (samtal och abonnemang)	2 480	2 370	2 670	2 430	2 600
Fast telefon (samtal och abonnemang)	3 730	3 590	3 430	3 150	2 810
Telefon (totalt)	6 210	5 960	6 100	5 580	5 410

Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT) publicerad 2010-12-08. SCB korrigerade vissa utgifter 2010-12-08

### Stora skillnader mellan ensamstående och sammanboende

Utgifterna varierar mycket mellan olika typer av hushåll. Det beror delvis på hushållets sammansättning avseende antal vuxna och barn som lever tillsammans, men också på de ekonomiska förutsättningarna.

För att kunna jämföra konsumtionen mellan olika hushållstyper har SCB konstruerat ett mått på hur många konsumtionsenheter ett hushåll består av. Att beräkna hushållets konsumtion per konsumtionsenhet i stället för per person görs på grund av antagandena att barn kostar mindre än vuxna och att det finns stordriftsfördelar med att vara fler personer i ett hushåll. Därför ges olika personer olika "vikt". Om man jämför utgift per person räknas vuxna lika mycket som barn och sammanboende personer lika mycket som ensamboende. Enligt konsumtionsenhetsskalan räknas en ensamboende vuxen som en konsumtionsenhet. Två sammanboende vuxna utan barn är 1,51 konsumtionsenheter. Gruppen ensamstående med barn har ett snitt på 1,77 konsumtionsenheter och gruppen sammanboende med barn 2,39. (tabell 4)

---

#### Konsumtionsenhetsskala (fr.o.m. 2004)

– Första vuxen (ensamboende eller sammanboende)	1,00
– Andra vuxen (sammanboende)	0,51
– Ytterligare vuxen	0,60
– Barn 1, 0-19 år	0,52
– Barn 2, 3, ..., 0-19 år	0,42

Källa: SCB

---

Tabell 4 Utgifter i kronor per hushåll år 2009 – hushållsgrupper

	Ensamstående med barn	Ensamstående utan barn	Sammanboende med barn	Sammanboende utan barn	Övriga sammanboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
Antal hushåll	116	352	765	596	89	129	2 047
Antal personer, snitt	2,6	1,0	3,9	2,0	4,6	2,9	2,1
Konsumtionsenheter	1,77	1,00	2,39	1,51	2,92	2,08	1,57
Beräknad populationsstorlek	218 430	1 515 210	802 530	1 160 050	94 690	211 630	4 002 530
TOTALA UTGIFTER	254 080	169 010	406 910	304 950	456 110	334 920	276 320
Köpta livsmedel	35 910	19 370	52 770	37 980	62 050	45 940	34 780
Alkoholfria drycker	3 240	1 650	3 960	2 720	4 750	3 550	2 680
Utemåltider	7 580	7 190	15 500	11 030	14 220	12 810	10 450
Alkoholhaltiga drycker	1 840	2 610	4 120	5 930	4 020	5 210	4 000
Tobak	2 620	1 860	1 870	2 050	3 430	2 190	2 020
Förbrukningsvaror	8 300	3 420	9 960	6 650	10 300	7 130	6 290
Hushållstjänster	11 490	7 000	24 730	13 950	19 710	14 910	13 530
Kläder och skor	16 780	7 390	23 600	13 550	26 300	13 600	13 710
Bostad	73 530	55 210	96 750	67 540	84 940	81 640	70 210
Möbler, invent., textil, hush.utr.	10 430	6 890	23 950	20 970	47 350	16 890	16 070
Hälsa- och sjukvård	4 870	3 320	8 990	8 350	16 270	5 060	6 400
Transport	29 360	20 150	65 510	52 720	77 960	59 770	42 650
Fritid och kultur	45 790	32 650	76 830	61 880	84 320	64 870	53 620

Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT) publicerad 2010-06-15. SCB korrigerade vissa utgifter 2010-12-08, därav vissa skillnader mellan tabell 2 och 4. Obs! Delvis annan indelning av utgiftsposter, jämfört med uppgifterna ur nationalräkenskaperna i tabell 1<sup>9</sup>. \* Barnen är både över och under 19 år \*\* Familjer med barn över 19 år + ensamst. m barn över & under 19

### Sambor utan barn konsumerar mest per person

Konsumtionen per person med hänsyn till hushållets sammansättning kan skattas genom beräkning av hushållens utgifter dividerat med antal konsumtionsenheter per hushåll. Sammanboende utan barn konsumerar mest per konsumtionsenhet med knappt 202 000 kronor, medan ensamstående med barn konsumerar minst med ca 144 000 kronor, tabell 5. Det innebär att sammanboende utan barn i genomsnitt har 40 procent högre utgifter per konsumtionsenhet. Sammanboende utan barn har i genomsnitt höga inkomster vilket är förklaringen till att de har möjlighet att ha större utgifter än till exempel ensamstående med barn som i allmänhet har en tuffare ekonomisk situation. Dessutom har sammanboende oftast två inkomster vilket gör att de kan ha större utgifter än ensamboende (Daniel Kruse, analytiker SCB, personlig kommunikation 101203).

Sammanboende utan barn ligger högst när det gäller utgifter för köpta livsmedel, utemåltider alkoholhaltiga drycker, transporter samt fritid och kultur, tabell 5. Ensamstående utan barn lägger mer pengar per konsumtionsenhet än personer i övriga hushållskategorier på bostad och tobak. Sammanboende med barn har de högsta utgifterna per konsumtionsenhet för hushållstjänster samt kläder och skor. De enda områden där ensamstående med barn har högre utgifter per konsumtionsenhet jämfört med övriga hushållsgrupper är förbrukningsvaror och alkoholfria drycker. Intressant att notera är att sammanboende generellt har högre utgifter för hälso- och sjukvård än ensamstående.

Ensamstående med barn har de lägsta utgifterna per konsumtionsenhet för utemåltider, alkoholhaltiga drycker, hushållstjänster, möbler/inventarier/textilier/hushållsutrustning, transporter samt fritid och kultur. Sammanboende utan barn spenderar mer än dubbelt så mycket per konsumtionsenhet jämfört med ensamstående med barn på alkoholhaltiga drycker, möbler, hälso- och sjukvård samt transporter, tabell 6. Även inom kultur och fritid är utgifterna för sammanboende

<sup>9</sup> Utemåltider tillhör hotell, caféer och restauranger (COICOP 11). Förbrukningsvaror (t ex personlig hygien, rengöring, papper) tillhör både övriga varor och tjänster (12) och möbler, hushållsartiklar och underhåll (05). Hushållstjänster (t ex barntillsyn, försäkringar, frisör, hemtjänst, bankavgifter) tillhör främst övriga varor och tjänster (12). Fritid och kultur tillhör främst fritid, underhållning och kultur (09), men innehåller även kommunikation (COICOP 08), hotell, caféer och restauranger (11) och övriga varor och tjänster (12), bilaga 8.

utan barn betydligt större än för ensamstående med barn. Skillnaderna inom kategorin kultur och fritid är störst inom fritidsbostäder, resor, hotell, underhållning och tjänster relaterade till klockor, kameror och foton, se bilaga 2, tabell 2.4 för detaljerad information och fler utgiftsslag.

**Tabell 5 Utgifter per konsumtionsenhet 2009 per hushåll**

	Ensamstående med barn	Ensamstående utan barn	Sammanboende med barn	Sammanboende utan barn	Övriga sammanboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
Totala utgifter	143 548	169 010	170 255	201 954	156 202	161 019	176 000
Köpta livsmedel	20 288	19 370	22 079	25 152	21 250	22 087	22 153
Alkoholfria drycker	1 831	1 650	1 657	1 801	1 627	1 707	1 707
Utemåltider	4 282	7 190	6 485	7 305	4 870	6 159	6 656
Alkoholhaltiga drycker	1 040	2 610	1 724	3 927	1 377	2 505	2 548
Tobak	1 480	1 860	782	1 358	1 175	1 053	1 287
Förbrukningsvaror	4 689	3 420	4 167	4 404	3 527	3 428	4 006
Hushållstjänster	6 492	7 000	10 347	9 238	6 750	7 168	8 618
Kläder och skor	9 480	7 390	9 874	8 974	9 007	6 538	8 732
Bostad	41 542	55 210	40 481	44 728	29 089	39 250	44 720
Möbler m m	5 893	6 890	10 021	13 887	16 216	8 120	10 236
Hälsa- och sjukvård	2 751	3 320	3 762	5 530	5 572	2 433	4 076
Transport	16 588	20 150	27 410	34 914	26 699	28 736	27 166
Fritid och kultur	25 870	32 650	32 146	40 980	28 877	31 188	34 153

Anmärkning: Alkohol och tobaksutgifterna är endast fördelade på de vuxna i familjer med barn under 20 år  
Källa: SCB, hushållens utgifter (HUT) publicerad 2010-06-15

**Tabell 6 Utgift per konsumtionsenhet 2009. Ensamstående med barn och sammanboende utan barn**

	Ensamstående med barn	Sammanboende utan barn	Skillnad
Totala utgifter	143 548	201 954	41%
Köpta livsmedel	20 288	25 152	-30%
Alkoholfria drycker	1 831	1 801	-44%
Utemåltider	4 282	7 305	-4%
Alkoholhaltiga drycker	1 040	3 927	113%
Tobak	1 480	1 358	-48%
Förbrukningsvaror	4 689	4 404	-47%
Hushållstjänster	6 492	9 238	-20%
Kläder och skor	9 480	8 974	-47%
Bostad	41 542	44 728	-39%
Möbler m m	5 893	13 887	136%
Hälsa- och sjukvård	2 751	5 530	101%
Transport	16 588	34 914	110%
Inköp av bil	2 102	10 629	406%
Drift av bil	9 186	17 649	92%
Fritid och kultur	25 870	40 980	58%
Resor, hotell	5 588	11 669	109%

Källa: SCB, hushållens utgifter (HUT) publicerad 2010-06-15

### Bostaden – 36% av utgifterna för ensamstående utan barn

Genom att studera hur stora andelar de olika utgiftsområdena har av hushållens totala utgifter får man ytterligare en bild av hur olika hushåll prioriterar, tabell 7. I gruppen ensamstående utan barn står bostaden för drygt 36 procent av utgifterna, vilket är en större andel än för övriga hushållsgrupper. Köpta livsmedel är en utgift som står för en förhållandevis stor andel av utgifterna bland ensamstående med barn, 15 procent. När konsumtionsutrymmet är begränsat får de mest nödvändiga utgifterna en större andel av de totala utgifterna.

Tabell 7 Andelar av totala utgifter per hushållsgrupp 2009

	Ensamstående med barn	Ensamstående utan barn	Sammanboende med barn	Sammanboende utan barn	Övriga sammanboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
	%	%	%	%	%	%	%
Totala utgifter	100	100	100	100	100	100	100
Köpta livsmedel	15,2	12,9	13,7	14,0	16,0	15,4	13,7
Alkoholfria drycker	1,4	1,1	1,0	1,0	1,3	1,2	1,1
Utemåltider	2,8	3,9	3,6	3,2	2,9	3,7	3,6
Alkoholhaltiga drycker	0,9	1,6	0,9	1,9	0,9	1,4	1,5
Tobak	1,4	1,2	0,5	0,7	1,0	0,7	0,9
Förbrukningsvaror	3,3	2,3	2,5	2,4	2,5	2,3	2,4
Hushållstjänster	4,7	4,0	6,2	4,3	4,8	4,4	4,6
Kläder och skor	5,8	3,6	5,4	3,9	5,8	3,9	4,2
Bostad	31,7	35,9	24,8	25,4	20,9	27,0	29,6
Möbler m m	3,5	3,6	5,3	5,8	5,8	4,1	4,6
Hälsa- och sjukvård	1,9	1,9	2,0	2,8	2,3	1,5	2,1
Transport	11,2	9,2	15,6	14,6	16,9	16,2	12,7
Fritid och kultur	15,9	18,7	17,8	19,7	18,9	18,1	18,7

Källa: SCB, hushållens utgifter (HUT) publicerad 2010-06-15

Det utgiftsområde som skiljer sig mest mellan olika hushållstypers fördelning av utgifterna är hyra och avgifter för hyresrätter och bostadsrätter. För ensamstående utan barn står denna utgift för 25,6 procent av hushållets utgifter. Utgiftsposten är stor även för ensamstående med barn, 21,7 procent. För sammanboende ligger denna hyresutgift på mellan 3,8 och 10,4 procent av de totala utgifterna, bilaga 2, tabell 2.5.

### Kvinnor och män

Inom vissa konsumtionsområden är skillnaderna stora mellan kvinnor och mäns utgifter, tabell 8. Variationen inom grupperna är dock mycket stor, varför skillnaderna mellan kvinnor och män skall tolkas med stor försiktighet. Heterogeniteten är särskilt stor inom transportkategorin. Överlag är heterogeniteten avseende konsumtionsutgifter större bland män än kvinnor, se tabell 2.7 och 2.8 i bilaga 2. I genomsnitt spenderar män nästan dubbelt så mycket som kvinnor på alkoholhaltiga drycker. Andra utgifter som är mycket större än kvinnornas är tobak 71 procent samt lek, sport, hobby 54 procent.

Män spenderar 76 procent mindre än kvinnor på personlig hygien. Män spenderar 42 procent mindre på kläder och skor. Den största skillnaden i klädkategorin finns i underkläder där män spenderar 63 procent mindre än kvinnor. Klädkonsumtionen är särskilt stor för kvinnor i åldern 20-49 år. Inom området övriga tjänster som bl. a. innehåller frisör, gåvor, utbildningsavgifter, privat och kommunal hemtjänst, bankavgifter m.m. (se bilaga 8) är männens utgifter inte ens hälften så stora som kvinnors, 57 procent mindre. Mäns utgifter för böcker och tidningar är 63 procent mindre än kvinnors, tabell 2.6 i bilaga 2.

Jämfört med 2005 har skillnaderna mellan kvinnors och mäns utgifter minskat i nästan alla kategorier (bilaga 2, tabell 2.9 och 2.10). På så vis kan vi tala om ett mer jämställt samhälle även om männen fortfarande äter mer ute och konsumerar mer alkohol och tobak medan kvinnor konsumerar mer förbrukningsvaror och kläder. Inom transportsektorn har samhället blivit mer jämställt under perioden 2005-2009. Kvinnors utgifter för drift av bil har ökat och närmat sig männens, medan deras utgifter för lokalresor och transporttjänster (kollektivtrafik) har minskat och närmat sig

männens nivå. Beträffande fritid och kultur fanns det inga skillnader i konsumtionsutgifter år 2009 medan kvinnorna spenderade något mer 2005. Det är dock intressant att notera att skillnaderna i konsumtionsmönstren i denna kategori var större 2009 än 2005. Männerna går allt mer åt att konsumera aktiviteter relaterade till sport och lek medan kvinnorna går allt mer åt att konsumera böcker och tidningar.

Tabell 8 Utgifter per person 2009, kvinnor och män 0-79 år

	Kvinnor	Män	mäns konsumtion jämfört med kvinnors	
			skillnad i kronor	skillnad i procent
Antal medverkande personer	2893	2864		
Beräknad populationsstorlek	4 381 740	4 177 890		
UTEMÅLTIDER	1820	2320	500	27%
ALKOHOLHALTIGA DRYCKER, inkl lättöl	130	240	110	85%
TOBAK	310	530	220	71%
FÖRBRUKNINGSVAROR	1250	300	-950	-76%
därav Personlig hygien	1200	290	-910	-76%
HUSHÅLLSTJÄNSTER	1800	770	-1030	-57%
därav Övriga tjänster	1750	760	-990	-57%
KLÄDER OCH SKOR	6850	3960	-2890	-42%
Kläder	5470	3210	-2260	-41%
därav Utekläder	1170	670	-500	-43%
Övriga kläder	3110	1980	-1130	-36%
Underkläder	760	280	-480	-63%
Accessoarer, hattar, mössor, vantar etc.	210	160	-50	-24%
Skor	1390	750	-640	-46%
HÄLSO- OCH SJUKVÅRD	2340	1800	-540	-23%
TRANSPORT	1050	1080	30	3%
därav Drift av bil	500	520	20	4%
Lokalresor, transporttjänster	490	400	-90	-18%
FRITID OCH KULTUR	3010	3010	0	0%
därav Lek, sport, hobby	1110	1710	600	54%
Underhållning	260	280	20	8%
Böcker, tidningar, TV-licens etc.	640	240	-400	-63%

Källa: SCB, hushållens utgifter (HUT) publicerad 2010-06-15

Tabellen innehåller alla utgiftsområden för vilka SCB har beräknat skillnader mellan kvinnor och män

Utgifterna är beräknade per person och år och omfattar alla åldrar från 0-79 år. Vissa utgifter som exempelvis alkohol, tobak och drift av bil blir därmed lägre än om de bara omfattat vuxna personer.

## VÄLBEFINNANDE

Subjektivt välbefinnande är ett mått på hur människor upplever sina levnadsbetingelser som helhet. Det är viktigt att relatera konsumtionsutvecklingen till konsumenters upplevelser av hur bra de har det, det vill säga hur nöjda de är med sina liv.

De allra flesta konsumenter<sup>10</sup> i Sverige är nöjda med sina liv, tabell 9. Det finns en tendens att andelen mycket nöjda ökar medan andelen ganska nöjda minskar under perioden 1999 till 2009. Mer än hälften av alla konsumenter uppger att de är ganska nöjda med det liv de lever och drygt en tredjedel att de är mycket nöjda.

Tabell 9 Hur nöjd är du på det hela taget med det liv du lever?

	1999	2006	2007	2008	2009
Mycket nöjd	29,4%	35,2%	34,6%	33,7%	35,8%
Ganska nöjd	62,1%	57,4%	57,5%	57,8%	56,5%
Inte särskilt nöjd	7,6%	6,6%	6,9%	6,9%	6,6%
Inte alls nöjd	1,0%	0,8%	0,9%	1,5%	1,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%
Antal svarande	3402	3204	1627	3169	4822

Källa: Riks-SOM-undersökningen 1999 & 2009 (andelarna gäller de som svarat på frågan)

### Kvinnor och män

Mönstret ser ungefär likadant ut bland både kvinnor och män, även om kvinnor år 2009 var något mer nöjda med sina liv än män, tabell 10. Sett på en tio-årsperiod har andelen mycket nöjda män ökat något i jämförelse med andelen mycket nöjda kvinnor. Från 2008 till 2009 ökade däremot välbefinnandet för kvinnor i en betydligt större utsträckning än för män vilket innebar att andelen mycket nöjda kvinnor passerade andelen mycket nöjda män, se tabell 10.

Tabell 10 Välbefinnande bland kvinnor och män, 1999, 2008 och 2009

	1999		2008		2009	
	kvinnor	män	kvinnor	män	kvinnor	män
Mycket nöjd	31,3%	27,4%	32,6%	35,0%	36,0%	35,6%
Ganska nöjd	59,9%	64,3%	59,2%	56,3%	57,0%	56,0%
Inte särskilt nöjd	8,2%	6,9%	7,1%	6,6%	5,9%	7,4%
Inte alls nöjd	0,6%	1,4%	1,1%	2,0%	1,1%	1,0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Antal svarande	1751	1651	1685	1484	2544	2278

Källa: Riks-SOM-undersökningen 1999 & 2009 (andelarna gäller de som svarat på frågan)

<sup>10</sup> Statistiken bygger på Riks-SOM-undersökningen som vänder sig till ett slumpmässigt urval av den svenska befolkningen mellan 15 och 85 år (både svenska och utländska medborgare ingår). I Konsumtionsrapporten används termen konsument.



### Inkomst och välbefinnande

Hushållets årsinkomst har ett tydligt samband med konsumentens subjektiva välbefinnande, tabell 11. Av konsumenter som bor i hushåll där inkomsten är 200 000 kronor eller mindre uppger 27 procent att de är mycket nöjda och 4 procent att de inte är nöjda. De som bor i hushåll med en årsinkomst över 600 000 är mycket mer nöjda med sina liv, 45 procent är mycket nöjda och 0 procent uppger att de inte alls är nöjda. Lön är en faktor som tenderar att gå hand i hand med andra faktorer som påverkar livstillfredsställelsen, som exempelvis ett större inflytande över den egna arbetssituationen och större möjlighet till självförverkligande genom bland annat en rik fritid (Brülde & Nilsson, 2010)

Tabell 11      Välbefinnande bland låg- respektive höginkomsttagare 2009

Hushållsinkomst	Mycket nöjd med livet	Inte alls nöjd med livet
upp till 200 000 kronor	27%	4%
601 000 kronor eller mer	45%	0%

Källa: Riks-SOM, 2009

## EKOLOGISKA LIVSMEDEL

Andelen miljömärkta livsmedel har ökat till 3,5 procent (2009) av utgifterna för de livsmedel som svenska hushåll köper, se tabell 10. År 2005 var andelen 2,2 procent. Den kategori som ligger högst är mjölk, ost och ägg (tabell 12). Intressant att notera är att konsumenter som väljer mjölk med mindre fett också konsumerar ekologisk mjölk i större utsträckning jämfört med konsumenter som väljer standardmjölk.

År 2009 var konsumtionen av miljömärkta livsmedel och förbrukningsvaror liten, 3,5 respektive 3,6 procent av total konsumtion, tabell 12. Beträffande livsmedel ökade andelen för den miljömärkta konsumtionen under perioden 2005 till 2009 medan den däremot minskade något för förbrukningsvaror.

Det finns tendenser till såväl överskattning som underskattning av konsumenters miljöhänsyn vid köp av livsmedel i denna statistik. Konsumenter som råkar köpa miljömärkta varor utan att ta ett aktivt beslut ingår i statistiken. Prissänkningar som gör att man kan konsumera fler miljömärkta varor till samma pris slår inte igenom här. Utgiftsandelarna kan alltså dölja en faktisk konsumtionsökning. Miljöhänsyn där konsumenten t ex väljer att köpa något närproducerat istället för en kravmärkt produkt som transporterats långt syns inte heller i denna statistik.

Tabell 12 Andel miljömärkta livsmedel och förbrukningsvaror 2005-2009 i procent

Miljömärkta livsmedel och förbrukningsvaror	2005	2006	2007	2008	2009
KÖPTA LIVSMEDEL - totalt	2,2	2,2	2,7	3,4	3,5
Bröd, spannmålsprodukter	1,8	2,0	2,2	2,3	2,2
Kött	1,1	1,0	1,1	1,2	1,4
Mjölk, ost och ägg	5,0	5,8	6,4	7,0	7,6
Standardmjölk (fett >=1,5%)	6,7	6,0	5,5	8,8	10,8
Mellan- och lättmjölk (fett <1,5%)	11,9	11,2	14,9	16,3	16,8
Filmjölk och yoghurt	7,6	9,8	8,0	7,1	9,9
Ägg	14,4	12,5	14,1	17,7	18,5
Oljor och fetter	2,1	1,4	2,0	4,0	3,4
Frukt och bär	2,3	2,3	4,3	5,6	4,9
Bananer	6,3	6,0	11,4	17,0	11,8
Grönsaker	2,3	2,6	3,0	4,3	4,2
Soppor, sallader, grönsaksrätter	2,0	2,3	1,9	3,3	3,4
Rotfrukter	9,4	7,4	10,3	13,5	8,0
Potatis	2,1	1,6	1,9	3,5	3,0
FÖRBRUKNINGSVAROR - totalt	4,1	4,6	3,3	3,5	3,6
Personlig hygien	0,8	0,8	0,4	0,6	1,4
Övriga förbrukningsvaror	6,9	7,5	5,6	5,7	5,4

Anmärkning: Konsumtionsenheterna ändrades efter 2004. 1,57 i enligt den nya beräkningsmetoden motsvarar 1,62 i den äldre.

Källa: SCB, hushållens utgifter (HUT)

## FÖRDJUPNINGAR

I följande avsnitt analyseras tre områden av fem forskare som finns på eller samarbetar med Centrum för konsumtionsvetenskap. Det första avsnittet handlar om den svenska alkoholkonsumtionen samt svårigheter med att mäta denna konsumtion. Det andra avsnittet tar upp de svenska hushållens konsumtion av förbrukningsvaror och diskuterar varför konsumtionen tycks öka. Det tredje och sista avsnittet diskuterar hushållens ökade utgifter för elektricitet och vad denna ökning kan tänkas bero på. Två forskare med olika perspektiv gör analyser i avsnitten om förbrukningsvaror respektive el.

- Hur mycket dricker vi? Om svårigheter att mäta svenskarnas alkoholkonsumtion.
- Varför ökar vår konsumtion av förbrukningsvaror?
  - Vid ekonomisk oro undviks risker
  - Nya grupper ökar sin konsumtion
- Varför ökar de svenska hushållens utgifter för el?
  - Prissättning, styrmedel och marknadsfrågor – En inblick i hur den svenska elmarknaden fungerar
  - Hög konsumtion och stigande priser

## HUR MYCKET DRICKER VI? OM SVÅRIGHETER ATT MÄTA SVENSKARNAS ALKOHOLKONSUMTION

Enligt SCB:s Nationalräkenskaper spenderade svenskarna mer pengar på alkohol 2009 jämfört med 2008 – 32 556 miljoner<sup>1</sup> jämfört med 29 885. Även resultat från SCB:s HUT-undersökning (Undersökning om hushållens utgifter) tyder på att svenskarna köpte mer alkohol 2009 än 2008 (tabell 2 Basfakta). Kan man utifrån dessa undersökningar dra slutsatsen att svenskarna också drack mer alkohol under 2009? Med utgångspunkt ifrån begränsningarna i dessa två studier ska jag här belysa och diskutera komplexiteten i dagens svenska alkoholmarknad och vilken betydelse det har för vår kunskap om förändringar i svenskarnas alkoholkonsumtion.

### SCB:s mätningar

Nationalräkenskapernas data om alkoholutgifter hämtas från Systembolagets hemsida och utgår ifrån värdet på Systembolagets försäljning. Därutöver lägger man till ett skattat värde på konsumtion av smugglad alkohol med utgångspunkt från surveydata som samlats in på Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning (SoRAD) vid Stockholms universitet. Det finns en del mindre begränsningar i dessa källor såsom att det inte bara är svenskar som handlar på Systembolaget samt osäkerheten om tillförlitligheten i surveydata om smuggling och vilket värde smugglad alkohol har. En mer avgörande svaghet är dock att stora delar av den svenska alkoholmarknaden inte ingår i statistiken. Det gäller både s.k. registrerade delmängder som försäljning på restauranger och folkölsförsäljning i livsmedelshandeln men inte minst oregistrerade delmängder som legal resandeförsäljning och hemtillverkning av alkohol. Sannolikt täcker således Nationalräkenskaperna endast in ca två tredjedelar av den faktiska alkoholkonsumtionen i Sverige (Ramstedt m.fl. kommande).

HUT-undersökningen baseras på ett urval av 4 000 hushåll (varav 2040 deltog 2009) och publiceras i juni varje år. Huvudsyftet är att mäta hushållens genomsnittliga utgifter under ett år med fokus på ett antal olika varugrupper varav alkoholdrycker är en. Utgifterna hämtas från kassabokföring under en tvåveckors period då respondenterna får i uppgift att föra in sina inköp av bl.a. alkohol i en dagbok (samt att spara kvitton). Perioden på två veckor är jämnt fördelad över året. De självrapporterade utgifterna är inte begränsade till köp av alkohol på Systembolaget utan inkluderar även köp i utlandet liksom öl inköpt i livsmedelshandeln. Därmed ingår även lättöl i underlaget vilket inte är praxis i svenska alkoholvaneundersökningar. En begränsning med undersökningen är det höga bortfallet samt att man har en kraftig underskattning av de faktiska alkoholutgifterna. En enkel beräkning ger en antydning om underrapporteringens omfattning: i Sverige finns enligt SCB 4 002 530 hushåll och Systembolagets försäljningsvärde för 2009 uppgick till 32 556 000 000 kr. Det ger 8 134 kr per hushåll medan konsumtionen enligt HUT endast motsvarar 4 000 kronor per hushåll, alltså knappt hälften av Systembolagets försäljningsvärde. Lägger man till det faktum att Systembolaget endast har 62 procent av alkoholmarknaden exklusive lättöl så är det uppenbart att man fångar in mindre än 30 procent av de faktiska utgifterna.

### SoRADs alkoholmätningar

Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning (SoRAD) vid Stockholms universitet kartlägger svenskarnas alkoholvvanor sedan år 2000 på uppdrag av Socialdepartementet. Man gör

<sup>1</sup> Tabell 1 (BASFakta) redovisar Alkohol och tobak som ett konsumtionsområde. Alkohol separat utgör 2,3 % av hushållens totala konsumtion i Sverige 2009. Förändringen av alkohol sedan 1999 är en ökning på 35,8 % i fasta priser. Förändringen av alkohol sedan 2008 är en ökning på 10 % i fasta priser. (Birgitta Magnusson Wärmark, analytiker SCB, personlig kommunikation 2010-12-14.)

två mätningar av alkoholkonsumtionen i Sverige som bygger på statistik som samlas in varje månad inom ramen för ett projekt benämnt Monitorprojektet (Ramstedt m.fl., 2009). Den primära mätningen inleddes i juni år 2000 och utgår ifrån försäljningsstatistik, s.k. registrerad alkoholkonsumtion vilken inkluderar försäljning på Systembolaget, restauranger samt av folköl i livsmedelshandeln. Till denna statistik adderas sedan data om alkohol som inte registreras s.k. oregistrerad alkoholkonsumtion, vilken samlas in i en månatlig telefonintervjuundersökning med 1500 slumpmässigt utvalda svenskar i åldern 16-80 år dvs. med totalt 18 000 svenskar varje år. Respondenterna får besvara frågor om sina inköp av alkohol från utlandet (införsel, smuggling och internetbeställningar) samt om anskaffning av hemtillverkad alkohol. De självrapporterade uppgifterna räknas upp med mellan 15 och 25 procent utifrån olika antaganden om hur representativa urvalen är och hur sanningsenligt respondenterna svarar. För att fånga in säsongvariationer över året samt underlätta för intervjupersonerna att minnas och ge en korrekt beskrivning av sina vanor gäller de flesta frågor de senaste 30 dagarna.

Den andra mätningen baseras enbart på självrapporterade uppgifter om hur mycket man dricker oberoende av anskaffning och inleddes 2002. Uppgifterna baseras på frågor ställda i samma månatliga intervjuundersökning om hur ofta och hur mycket man druckit av de olika dryckesslagen under de senaste 30 dagarna. För varje dryckesslag (sprit, vin, starkvin, folköl, starköl och cider) ställs först frågan hur ofta man druckit och därefter hur mycket man brukar dricka när man druckit (under de senaste 30 dagarna). Denna skala har använts såväl i Sverige som internationellt under många decennier och brukar benämnas kvantitets\*frekvensskalan (förkortat KF-skalan eller på engelska QF-skalan). För att en jämförelse mellan olika alkoholdrycker med olika alkoholstyrka skall vara meningsfull är konsumtionen av dryckerna i tabellerna nedan omräknade till ren (100 %) alkohol. Detta krävs också vid beräkning av den totala alkoholkonsumtionen, som ju består av summan av konsumtionen av de olika dryckerna. Det är värt att notera att konsumtionsvolymerna enligt detta mått är betydligt lägre (mindre än hälften) än det första eftersom konsumtion av alkohol underrapporteras i intervjuundersökningar.

Enligt den indikator på alkoholkonsumtionen i Sverige som baseras på uppgifter som adderar skattningar av oregistrerad alkoholkonsumtion till försäljningsstatistik minskade den totala alkoholkonsumtionen marginellt mellan 2008 och 2009 från 9,4 till 9,3 liter ren alkohol per invånare 15 år och äldre. Denna minskning sker trots att Systembolagets försäljning ökar och beror på att resandeförseln gick ned med 23 procent. Under de senaste åren har både resandeförsel och smuggling minskat enligt SoRADs mätning och har lett till en minskad totalkonsumtion från 10,5

Tabell 1. Alkoholkonsumtionen i Sverige 2004-2009 enligt skattad totalkonsumtion och självrapporterade uppgifter i liter 100% alkohol

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Förändring 2004-2009 procent	Absolut
<b>Estimerad totalkonsumtion</b>								
Per invånare 15+	10,5	10,1	9,8	9,8	9,4	9,3	-11%	-1,2
<b>Självrapporterad konsumtion (16-80 år)</b>								
<b>Total</b>	4,3	4,1	4,2	3,9	3,9	3,7	-14%	-0,6
<b>Män</b>	6,2	5,8	5,9	5,6	5,6	5,2	-16%	-1
<b>Kvinnor</b>	2,6	2,5	2,6	2,4	2,5	2,4	-8%	-0,2

Källa: Ramstedt m.fl. kommande

liter under toppåret 2004 till 9,3 liter 2009 (Tabell 1). Denna nedgång beror således främst på att den oregistrerade alkoholkonsumtionen minskar, en trend som i huvudsak beror att en lägre andel av de intervjuade uppger att de tagit med alkohol från utlandet och köpt smugglad alkohol.

Att alkoholkonsumtionen minskade får också stöd i självrapporterade konsumtionsuppgifter som inte gör skillnad mellan registrerad och oregistrerad alkohol. En viss minskning sker mellan 2008 och 2009 men även sett över den senaste 6-årsperioden sker en nedgång enligt denna indikator från 4,3 till 3,7 liter per invånare. Nedgången är något större bland män (från 6,2 till 5,2 liter) än bland kvinnor (från 2,6 till 2,4 liter) under perioden 2004-2009.

### Kan man lita på resultaten?

Att två olika indikatorer från SoRAD över svenskarnas alkoholkonsumtion visar samma utveckling ökar tillförlitligheten i resultaten även om de delvis baseras på samma undersökning. Nämnas kan också att Monitorundersökningens metodik var utgångspunkten för ett forskarmöte som hölls i Sigtuna i februari 2009 och som handlade om olika metoder för att följa alkoholkonsumtionen. Den bedömning som flera internationella experter gjorde var, i korthet, att det inte finns någon avgörande kritik mot det svenska sättet att mäta alkoholkonsumtion/alkoholkonsumtion och att det var svårt att se något alternativ som var bättre (Ramstedt, m.fl. 2009).

Detta innebär inte att det saknas problem och potentiella förbättringsmöjligheter. Trots att man gör upp till 30 kontaktförsök fördelade vid olika tidpunkter så får man ett betydande bortfall, något som dessutom ökat under senare år – från ca 40-45 procent 2004 till ca 55-60 procent 2009. Detta är en internationell trend när det gäller frågeundersökningar och utgör en källa till osäkerhet om resultatens tillförlitlighet eftersom bortfallet kan vara selektivt med avseende t.ex. alkoholvanor. Enligt preliminära bortfallsanalyser genomförda inom ramen för Monitorprojektet, så förefaller dock inte variationer inom detta intervall dvs. bortfall mellan 45 och 55 procent, att ha någon avgörande betydelse för de konsumtionsskattningar som fås (Wennberg, Svensson & Ramstedt, kommande). Ett relaterat problem är den ökade mobilanvändningen som kan minska representativiteten i urval som baseras på fasta telefonnummer (som Monitormätningen). År 2008 uppgick personer som endast har mobil och därmed inte ingår i Monitorstudiens urvalsram till 7 procent (Landström & Röjdén Thyberg, 2008) och det är sannolikt att denna andel har ökat och kommer att öka. Även om det hittills inte har påvisats att resultat vad gäller levnadsvanor i allmänhet skulle påverkas nämnvärt om mobiltelefonerna ingick i urvalet är det mycket angeläget att effekterna av denna förändring följs upp. Inom ramen för Monitorprojektet har därför ett specialurval av hushåll som bara har mobiltelefon lagts in i undersökningen sedan oktober 2010 vilket kommer att möjliggöra en uppföljning av representativiteten i urval baserade på fasta telefonnummer. Andra åtgärder som vidtagits är att lägga in frågor i Monitorundersökningen som ger en möjlighet till jämförelse med ett "sant" värde. Ett exempel är att frågor ställs om hur mycket alkohol respondenterna handlar på Systembolaget där svaren sedan kan jämföras med Systembolagets faktiska försäljning. För 2008 framkom att i genomsnitt ca 87 procent av all alkohol fångas in men att stora skillnader föreligger mellan olika drycker. Medan i stort all försäljning av vin och cider/blanddrycker rapporterades av respondenterna fångades endast 60 procent av spritförsäljningen in och 70 procent av ölförsäljningen (Ramstedt, 2010).

Ett annat exempel är att utnyttja statistiken över svenska bryggeriers leveranser av svenskt öl till den tyska gränshandeln vilken rapporteras månadsvis av Sveriges Bryggerier. Sedan i mars 2009 ställs därför frågor i Monitormätningen om hur mycket av det öl som förs in legalt respektive köps i form av smuggelöl från Tyskland som bestod av svenska ölmärken vilket kan jämföras med Bryg-

geriernas statistik. För 2009 visade det sig att Monitormätningen fångade in 86 procent av leveranserna och att de månatliga förändringarna samspelade mycket väl (Ramstedt m.fl. kommande). Sammantaget visar dessa specialanalyser att det kan finnas anledning att revidera viktningen av de självrapporterade uppgifterna i SoRADs undersökning men att kvaliteten trots allt förefaller vara relativt god.

Statistik över oregistrerad alkohol är en nödvändighet för att få kunskap om den alltmer komplexa svenska alkoholmarknaden och inte minst för att belysa alkoholutvecklingen i Sverige. Det är ingen lätt uppgift att få fram en sådan heltäckande alkoholstatistik och kritik mot den metodik som använd av SoRAD framförs regelbundet av framförallt representanter alkoholindustrin men även från Tullverket (t.ex. Ramstedt & Svensson, 2007). Någon realistisk alternativ metodik som kan ersätta den kombination av försäljningsstatistik och frågeundersökning som utmärker SoRADs modell har dock ännu inte presenteras. Därför blir min slutsats att den svenska alkoholkonsum-

Mats Ramstedt | docent | Centrum för socialvetenskaplig alkohol- och drogforskning, SoRAD,  
Stockholms universitet

## VARFÖR ÖKAR VÅR KONSUMTION AV FÖRBRUKNINGSVAROR?

Statistik från SCB visar att hushållens utgifter för förbrukningsvaror ökat mycket från 2007 till 2009 (tabell 2). Förbrukningsvaror indelas i två olika kategorier:

- Personlig hygien: Skönhetsprodukter, kosmetika, parfym, deodorant, mensskydd, blöjor, pap-persnäsdukar, bomull.
- Övriga förbrukningsvaror: Toalettpapper, rengörings och underhållsprodukter, påsar, folie, bakplåtspapper, formar, hushållspapper.

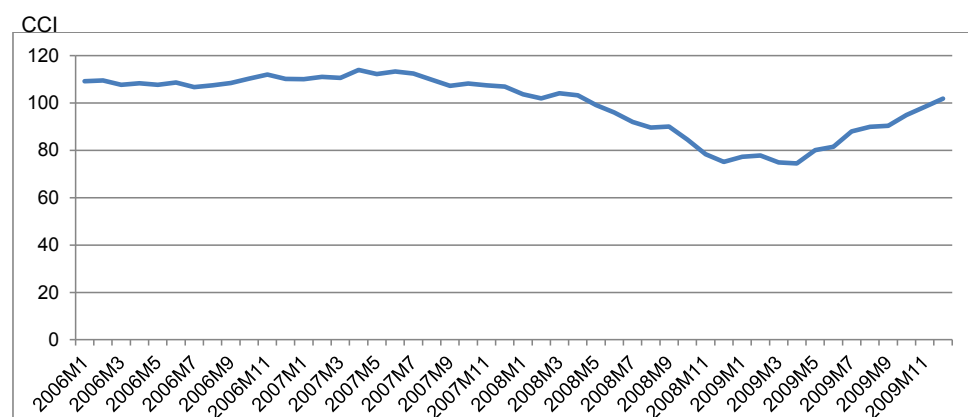
Ökningen av förbrukningsvaror kan tyckas gå emot samhällsidealet om en hållbar utveckling. I detta avsnitt kommer två forskare diskutera vad denna ökning kan tänkas bero på utifrån olika perspektiv.

### Vid ekonomisk oro undviks risker

Under perioden 2007-2009 ökade den disponibla inkomsten med 9 % medan konsumtionen av förbrukningsvaror ökade betydligt mer, med 20 %. Att vi svenskar konsumerat och förbrukat mer så kallade förbrukningsvaror, dvs skönhets-/ hygienprodukter samt förbrukningsvaror för köket som folie och bakplåtspapper är intressant att diskutera från ett monetärt perspektiv kopplat till risk.

För det första är det förvånande att konsumtionen av förbrukningsvaror stigit samtidigt som konsumtion av kläder och skor sjunkit under perioden. Denna automatiska konsumtionsökning som enligt teorin följer på inkomstökningar (Linder, 1970; Schor, 1991) kallas för "the non-satiety requirement" och förklarar varför vi som konsumenter sällan är nöjda med det vi har utan vår konsumtion ses som en funktion av vår disponibla inkomst (Dake och Thompson, 1999). Sålunda borde konsumtionen av förbrukningsvaror ligga mer i linje med inkomstökningen under perioden även om teorin i sig inte säger något om fördelningen av konsumtionen på olika kategorier. För att försöka förstå varför svenskar spenderat mindre pengar på kläder och skor men mer pengar på skönhets-/ hygienprodukter samt förbrukningsvaror för köket är det viktigt att sätta in dessa siffror i ett sammanhang av ekonomisk kris som präglade den senare delen av perioden. Hushållens konfidensindikator, CCI, (Konjunkturbarometern) som mäter hur optimistiska de svenska hushållen

Figur 1 Hushållens konfidensindikator (CCI) under perioden januari 2006 – december 2009



Not: CCI beräknas som genomsnittet av netttotalen för fem frågor: (1) Är den egna ekonomin bättre eller sämre än för ett år sedan? (2) Tror du att den egna ekonomin om 12 månader är bättre eller sämre än din ekonomi i dag? (3) Är Sveriges ekonomi bättre eller sämre än för ett år sedan? (4) Tror du att Sveriges ekonomi om 12 månader är bättre eller sämre än Sveriges ekonomi i dag? (5) Tycker du att det är rätt eller fel tidpunkt att köpa kapitalvaror nu? (M=månad, samtliga 12 månaderna finns med i figuren.)

Källa: Konjunkturinstitutet, 2010.



är vad gäller det ekonomiska läget visar tydligt att svenska hushålls syn på sin egen samt landets ekonomiska situation blivit mindre optimistisk under perioden jämfört med år 2006.

Under det andra kvartalet 2007 började hushållens syn på ekonomin bli mindre optimistisk för att lägga sig på en bottenivå i slutet på 2008 och sedan stadigt stiga fr.o.m andra kvartalet 2009. Dessa siffror visar att hushållen blivit oroad av (och i många fall även naturligtvis påverkade rent monetärt av) den ekonomiska krisen. Det är kanske därför inte så konstigt att många konsument-er avstått från lite dyrare inköp som t. ex kläder och skor under perioden. Man brukar ju säga att i tider av kris håller vi igen på investeringar eftersom vi inte är säkra på hur framtiden skall te sig. På samma sätt är det rimligt att anta att konsument-er avstår att köpa kläder som är förhållandevis dyra. Dock har ju de svenska hushållens finansiella utrymme under perioden medgett en alternativ konsumtion. I enlighet med vad Schor (2005) föreslår i sin "getting what they want" modell (Schor, 2005, sida 46) så anpassar konsument-er sina utgifter till de inkomster som finns till förfogande. Man kan tänka sig att konsument-er i tider av ekonomisk oro spenderar lika mycket pengar som vid goda tider men lägger en större andel av sina pengar på lätttrörliga konsumtionsvaror som inte tecknar in en sådan stor andel av budgeten och därmed innebär ett större risktagande.

Från ett hållbart perspektiv kan man fundera på, om teorin att vi alltid sätter sprätt på de pengar vi har stämmer, vilken typ av konsumtion som är hållbar. Det är svårt att säga vilken typ av konsumtion som är mest hållbar, kläder och skor eller förbrukningsvaror. Det vi dock med större säkerhet kan hävda är att konsumtion av upplevelser som teater och vissa typer av tjänster som massage är att föredra framför materiell konsumtion. Dock finner vi den största utmaningen i att fundera på hur vi skall bryta sambandet mellan inkomst och konsumtion speciellt då det konstaterats att svenska hushålls koldioxidutsläpp står i direkt samband med inkomst (Carlsson-Kanyama, 2010).

Cecilia Solér | ekon dr | Företagsekonomiska institutionen vid Handelshögskolan, Göteborgs universitet

## Nya grupper ökar sin konsumtion

En förklaring till de ökade utgifterna för förbrukningsvaror är att män, framför allt unga män, idag lägger mer pengar på personlig hygien än tidigare. Utbudet av produkter vars marknadsföring och paketering riktar sig till män har ökat kraftigt under den undersökta perioden. Hudvård- och hygienartiklar med män som målgrupp har blivit mer synliga i butikshyllorna. Samtidigt har tv-program, tidningsartiklar och böcker som handlar om mäns skönhetsvård blivit vanligare. Hygienföretag har satsat på manliga konsument-er eftersom det setts som en marknad med stor potential att öka ytterligare. På damsidan har utrymmet för ökad försäljning setts som mer begränsat.

Att företag riktar sig till specifika grupper på det viset är del av en process som av branschen kallas marknadssegmentering. Marknaden delas in i segment som analyseras utifrån de specifika önskemål den gruppen kan tänkas ha. Specifika konsumtionsvaror riktas sedan mot dem. Sedan 1950-talet har marknadssegmentering varit den vanligaste metod som marknadsföringen använt sig av. Den har uppfattats som en säker modell för att öka försäljning (Sparke 2004). Att hudvård till män och hudvård till kvinnor marknadsförs som olika produkter är således del av denna utveckling som handlar om att identifiera nya möjliga grupper för att öka försäljningen. Hudvård är något som tidigare förknippats med kvinnor och idag ser vi en växande andel produkter, alltifrån ögonkräm till rynkreducering där män är den tilltänkta användargruppen. Företagen investerar stora belopp för att förpacka dessa varor på ett sätt som inte står i strid med hur maskulinitet uppfattas i vårt samhälle. Förpackningsindustrin utgår ofta ifrån ett formspråk som betonar

funktionalitet i färger och dekor. Tuffa skådespelare och sportstjärnor syns i kampanjer och annonser. Det är tänkt att övertyga konsumenten om att maskuliniteten inte hotas vid konsumtion av hudvård- eller skönhetsprodukter, utan att den snarare förstärks (Classen med flera 1994).

Denna utveckling är ett intressant exempel på att kulturella föreställningar om genus har en stor betydelse för hur vår konsumtion ser ut och hur den förändras. Det är också ett exempel på att konsumtionsvaror är del i processer som utmanar vårt samhälles syn på vad som är manligt respektive kvinnligt. I förlängningen är det ett uttryck för att genus inte har sin grund i inre egenskaper utan skapas och omskapas i samspel med bland annat marknaden och konsumtionsvaror (Partington 1996).

Magdalena Petersson McIntyre | docent etnologi | Centrum för konsumtionsvetenskap

## VARFÖR ÖKAR DE SVENSKA HUSHÅLLENS UTGIFTER FÖR EL?

De svenska hushållens utgifter för elektricitet, gas och andra bränslen har ökat med nästan 25 procent under perioden 2005 – 2009, från 9130 kronor per år till 11350 kronor per år (tabell 3). Den största ökningen skedde från 2008 till 2009. Vad beror denna ökning på? Frågan kommer att besvaras av två personer från olika ämnesdiscipliner.

### **Prissättning, styrmedel och marknadsfrågor - En inblick i den svenska marknadens funktionssätt**

De svenska hushållens konsumtion av elektricitet har kontinuerligt ökat under perioden 2005 – 2009 (tabell 3, Basfakta). Från 2008 till 2009 ökade utgifterna med 1010 kronor (nästan 10%), från 10340 kronor till 11350 kronor. För att förstå varför denna ökning har skett behöver vi veta mer om hur elmarknaden fungerar.

#### **Elmarknaden**

Den svenska elmarknaden avreglerades 1996, och under de följande åren byggdes en gemensam nordisk elmarknad upp. Elmarknaden lyder under samma ekonomiska spelregler som andra marknader, det krävs utbud och efterfrågan på energi för att den ska fungera, och det måste finnas säljare och köpare. Priset på elenergin i Norden (när vi bortser från nätkostnader och skatter) påverkas främst av vattentillgången i de stora vattenmagasinen i Norge och Sverige, kärnkraftens tillgänglighet i Sverige och Finland och det internationella priset på olika bränslen, som också påverkar priset på den el som importerats från kontinenten. Alla länder i Norden, utom Island, deltar i handel med el på den nordiska elbörsen, Nord Pool. På Nord Pool säljs elen till köpare i hela norra Europa, Ryssland och Baltikum. Köpare är elhandelsbolag och säljare är elproducenterna. Ett elhandelsbolag köper el från elproducenterna direkt eller på elbörsen och säljer till elkonsumenterna. En elproducent tillverkar el i olika produktionsanläggningar. Den viktigaste marknaden på Nord Pool för elpriset är elspot, som är en 24-timmars marknad för kortsiktig handel med fysiska elkontrakt. På elspot fastställs systempriset (spotpriset) ett dag i förväg för varje timme på dygnet. Utbud och efterfrågan på el styr priset, och betalningsviljan för den produktion som är nödvändig för att täcka efterfrågan på el sätter priset för just den timman. Det är därför som elpriset är högt på dagen och lägre på natten när efterfrågan är som lägst. Systempriset fastställs som ett jämviktpris, baserat på de samlade köp- och säljbuden i hela Nord Pool-området. På grund av fysiska överföringsbegränsningar mellan de nordiska länderna bildas periodvis olika prisområden på spotmarknaden. Sverige är, och har hela tiden varit, ett enda prisområde, men från den 1 november 2011 kommer Sverige att uppdelas i fyra prisområden.

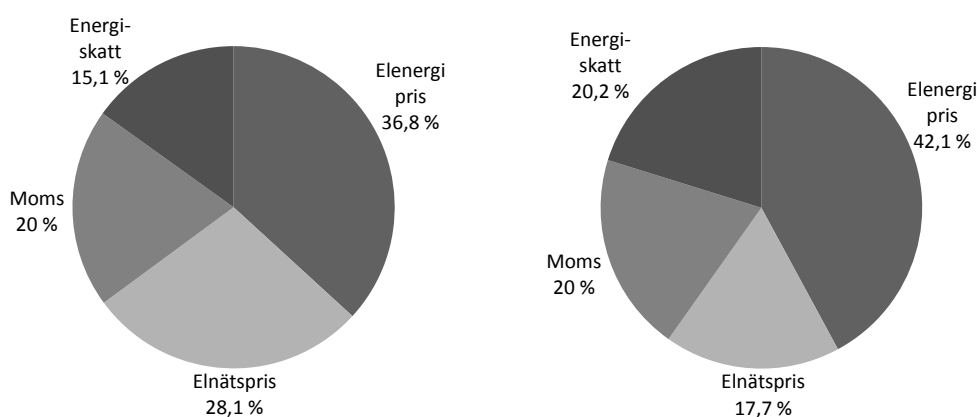
Ett hushåll kan välja mellan olika typer av elkontrakt. Elmarknaden fungerar i viss mån som bolånemarknaden, där kunden väljer lånemodell utifrån riskbenägenhet. En elkonsument kan välja mellan rörligt pris, kontrakt med fast pris eller att inte göra något alls (s.k. tillsvidareavtal). Men även om man har fast pris på el, påverkas månadskostnaden av den faktiska förbrukningen. Ovanligt kalla månader ger en högre elräkning även om man har ett lågt fast pris. Värt att nämna är också att rörligt pris innebär att ett månadsmedelvärde beräknas efter månadens slut. Enstaka timmar med höga priser slår alltså inte så hårt mot kunden som ofta framställs i debatten.

Det elpris slutkonsumenten betalar består av:

- Pris för elenergi (inklusive elcertifikat)
- Pris för nättjänsten (överföring av elen via elnätet, nätavgift och abonnemang)
- Energiskatt
- Moms
- Elhandelsbolagets avgifter/påslag

Hur stora de olika delarna utgör av det slutpriset går inte att säga generellt. Priset på elenergi beror på kundtyp, volym använd el, elhandlare men framförallt vilket avtal kunden har med elhandelsbolaget. Priset varierar beroende på om det är ett fastprisavtal, tillsvidareavtal eller avtal om rörligt pris. Elskatten är dessutom geografiskt beroende. I figur 1 nedan visas fördelningen av kostnaderna 2009 för två typkunder<sup>1</sup>.

Figur 1. Fördelning i procent av årsförbrukningen 2009.



Den vänstra figuren visar fördelningen för en lägenhetskund i södra Sverige med en årsförbrukning på 2 000 kWh och 1-årsavtal. Högra figuren visar fördelningen för en villakund med elvärme i södra Sverige med en årsförbrukning på 20 000 kWh och 1-årsavtal. (Energimyndigheten, 2010)

Den vanligaste avtalsformen är avtal om rörligt pris, ca 30% av de svenska hushållen hade i december 2009 rörligt avtal. Denna grupp har ökat från 22% i december 2008. I december 2009 har 38% av hushållen fasta avtal, uppdelat på 1-års avtal (14%), 2 års-avtal (4%) och 3 års-avtal (19%). Samma siffror december 2008 var, 36%, 15%, 3% respektive 19%. Om konsumenten inte gör något aktivt val tillskrivs man ett tillsvidareavtal, vilket som regel är det för konsumenten dyraste alternativet. Andelen som har tillsvidareavtal minskar hela tiden, men fortfarande är det ca 26% som har tillsvidareavtal. Samma siffra december 2008 var 35%. (Energimyndigheten, 2010). Det verkar som att utvecklingen går mot fasta avtal, troligtvis mycket beroende på debatten om förra vinterns timvisa toppar i elspotpriset. Av de som bytte avtal under oktober 2010, valde 90% någon form av fast avtal (Sveriges Radio, 2010-11-10).

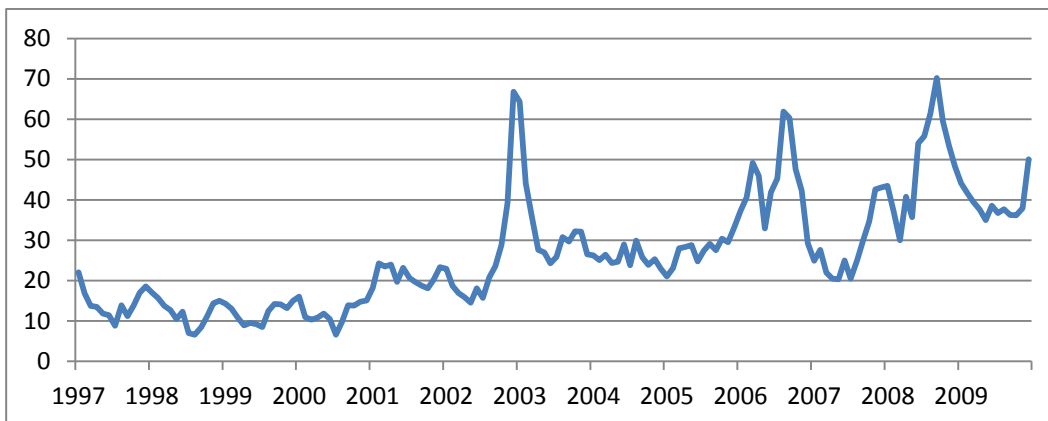
En förändring i elkostnaden för hushållen kan således komma från förändringar i samtliga komponenter ovan, men påverkas också av förskjutningar i kontraktsstrukturen. Om t ex andelen tillsvidareavtal sjunker kan vi förvänta oss (allting annat oförändrat) en lägre elkostnad för hushållen. Eftersom elhandlare som erbjuder ett- eller fleråriga fastpriskontrakt som regel försäkras sig mot prisförändringar genom att köpa och sälja elkontrakt på den finansiella marknaden, påverkas också elpriset i fastpriskontrakten av förväntningar om utbud och efterfrågan på el i framtiden.

<sup>1</sup> Elhandelsbolagets avgifter/påslag är tyvärr inte särredovisade i denna statistik, utan finns i kategorierna "elnätspris" och "elenergi pris".

### Högre elkonsumtion under 2009 jämfört med 2008

De svenska hushållen spenderade i snitt 10% mer på elkonsumtion 2009 jämfört med 2008. Det är lätt att tro att hela denna ökning beror på stigande elpriser, men i detta fall visar det sig att analysen inte är så lätt. Prisutvecklingen på NordPool visar faktiskt motsatsen, spotpriset på el är lägre under 2009 än 2008, se figur 2.

Figur 2 Medelvärde per månad av systempriset på Nord Pool, öre/Kwh.



Källa: NordPool

Det är två faktorer som påverkar hur mycket ett hushåll spenderar på elkonsumtion, nämligen priset på el och elanvändningens storlek.

### Priset på el

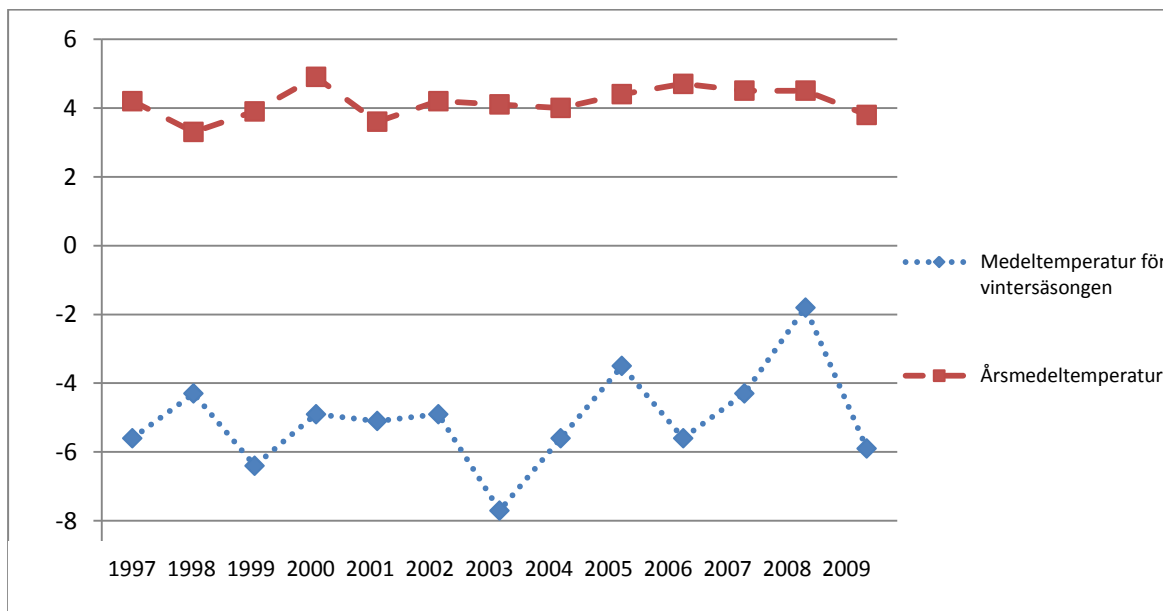
Som vi sett här ovan har spotpriset på el varit lägre under 2009 jämfört med 2008, dock har en hög andel av de svenska hushållen fastprisavtal och påverkas inte direkt av spotpriset. Om man studerar priset (exklusive skatter och nätavgifter) så visar det sig att konsumenterna med 1-årsavtal har fått betala ett högre pris under 2009 jämfört med 2008. Däremot har konsumenterna med 2-årsavtal haft ett oförändrat pris, medan priset för konsumenterna med 3-årsavtal har minskat. Priset på tillsvidareavtalen har ökat drastiskt med hela 25%. Enligt Energimarknadsinspektionen ökade medianpriset för en villa som förbrukar 20 000 Kwh/år med 5,5 % under perioden 2008 - 2009. Vidare så består det elpris som konsumenten betalar av olika delar, mellan 2008 och 2009 har elskatten ökat med 4,4 %, vilket också bidrar till att hushållets utgifter för el har ökat (Energimyndigheten, 2010). Dessutom har elnätjänstkostnaden ökat med 7-10 % vilket förmodligen kan härledas till de ökade kraven på leveranssäkerhet (SCB 2010:1).

### Elanvändningens storlek

Den totala elanvändningen i Sverige beror i första hand på två parametrar, utomhustemperaturen och den ekonomiska utvecklingen. Den ekonomiska utvecklingen påverkar framför allt de stora industriernas elanvändning, medan utomhustemperaturen påverkar hushållens energianvändning. Det som främst kännetecknade utvecklingen på elmarknaden under 2009 (och senhösten 2008) var effekterna av den rådande lågkonjunkturen. Det var främst de stora elförbrukarna som till följd av minskad produktion reducerade sin elanvändning, vilket ledde till att den totala elanvändningen var lägre 2009 än 2008. För hushållens elanvändning däremot var det en motsatt riktning under

2009. Hushållens elanvändning har haft en uppåtgående trend under de senaste årtiondena och ökade från 2008 till 2009. Den sammanlagda elanvändningen i hushållen har ökat med 356 GWh, vilket motsvarar 1,1% (SCB, 2010:2). Denna uppgång kan delvis hänföras till ökningen av olika apparater och teknisk utrustning i hemmen, vilket egentligen borde haft motsatt effekt på elanvändningen. Utvecklingen går mot energieffektivare apparater som ersätter gamla och omoderna energikrävande apparater. Samtidigt ökar dock både antalet apparater och antalet funktioner på många apparater, vilket innebär att många hushåll använder lika mycket eller till och med mer energi än tidigare. Den största delen av den ökade elanvändningen kan dock härledas till uppvärmning som sin tur påverkas av utomhustemperaturen. Figur 3 illustrerar årsmedeltemperaturen baserat på 37 stationer spridda över landet. Figuren visar att årsmedeltemperaturen varit lägre under 2009 än 2008. Skillnaden är ännu större om man bara studerar vintermånaderna, det är under dessa månader som behovet av uppvärmning är som allra störst.

Figur 3 Medeltemperaturen (°C) baserat på 37 stationer spridda över landet per år och vintersäsongen (december, januari och februari).



Källa: SMHI, 2010

#### Vad beror ökningen på?

Ökningen i hushållens utgifter för el beror på ökad förbrukning och höjningar av elpriset. Den ökade förbrukningen beror främst på kallare utomhustemperatur men också på att hushållens apparater förbrukar allt mer el. Förändringar i slutpriset är den främsta förklaringen till hushållens ökade utgifter för el. Det är främst skatter och nätavgifter som har ökat kraftigt men även elenergi priser till konsumenter med tillsvidareavtal. Förändringarna i hushållens utgifter kan vidare delas upp i två delar, en del som konsumenterna själva kan påverka (den ökade förbrukningen inom hemmet, samt prisavtal) och en del som ligger utom konsumenternas kontroll (de ökade skatterna och nätavgifterna samt utomhustemperaturen).

## Har vi en fungerande elmarknad?

”Avreglering fungerade inte!” skriker allmänheten ut. ”Priset har bara stigit sedan avregleringen, vi konsumenter har blivit lurade.” Känns argumenten igen? Även forskningen visar att en stor skara konsumenter verkar missnöjda med elmarknaden (Gamble, Juliusson & Gärling, 2009; Konsumentverket, 2010). Enligt min uppfattning ligger en stor del av besvikelsen i misstolkningen av avregleringens mål. Lågt elpris var ingen uttalad målsättning, utan snarare hög leveranssäkerhet samt en effektiv och välfungerande elmarknad. Forskare, sakkunniga, myndigheter och statliga verk är eniga om att vi har en fungerande elmarknad. Sedan finns det ett missnöje runt om i landet, bland t.ex. debattörer, men missnöjet grundar sig egentligen inte i marknadens funktion utan snarare i att elmarknaden tillämpar marknadsprissättning. Det är samma prissättningsmodell som på alla andra marknader världen runt. Det som skiljer elen från andra varor är att den måste förbrukas i samma stund som den produceras. Därför infördes 1 december 2009 möjligheten till att sätta ett negativt elpris, vilket enbart utnyttjats vid enstaka tillfällen i Danmark. Negativt elpris innebär att elhandlare får betalt för att ”köpa” (eller snarare ta emot) el. Detta inträffar väldigt sällan och beror på att det under vissa korta perioder (några timmar) produceras mer el än det finns behov av. I Danmark var anledningen goda vindförhållanden i kombination med begränsade överföringsförbindelser till Tyskland och Sverige. Vindkraften är relativt oreglerbar vilket innebär att det är billigare för elproducenterna att låta vindkraftverken snurra och sälja den elen till negativt pris än att stänga av verket. Det samma gäller i norra Sverige och Norge där en stor del av elen produceras i vattenkraftverk. Stiger vattennivån mer än väntat kan vattenkraftverken vara tvungna att släppa på vatten till verken och producera mer el än som efterfrågas. Sannolikheten för negativa priser i Sverige är dock fortfarande låg och priset har som lägst varit noll. Emellertid kommer sannolikheten för negativa priser att öka, främst i norra Sverige, då Svenska Kraftnät delar in Sverige i fyra elområden den 1 november 2011. Uppdelningen i elområden betyder att vissa elhandlare inte längre kommer att sälja el i hela landet eller att de har olika priser för de olika områdena. Generellt sett innebär elområden att elen blir billigare där resurserna finns tillgängliga. För Sveriges hushåll innebär det att elen kommer att bli billigare norr och dyrare i söder.

Anna Widerberg | doktorand | Institutionen för nationalekonomi med statistik vid Handelshögskolan

## Hög konsumtion och stigande priser

Den långsiktiga utvecklingen av elkonsumtionen är av stor betydelse för möjligheterna till en global klimatomställning. Den svenska elproduktionen är idag i det närmaste koldioxidneutral, men en ökande sammankoppling av elnäten mellan olika länder gör att minskningar av elkonsumtionen i Sverige kan leda till minskade utsläpp i andra länder. På längre sikt kan också en minskad elkonsumtion frigöra begränsade resurser som t ex biomassa, för minskningar av utsläppen i andra sektorer.

I ett internationellt perspektiv är den svenska elkonsumtionen per capita mycket hög; ca 6 gånger så hög som det globala genomsnittet, 2,5 gånger så hög som snittet i EU-27, och 15 % högre än i USA (EEA, 2010). Detta beror dels på en elintensiv industri, men också på t ex en hög andel elvärme. De svenska hushållens direkta inköp av el utgjorde 26 % av användningen inom landet 2009, men även övrig elkonsumtion är indirekt beroende av hushållens konsumtionsmönster via produktionen av de varor och tjänster som hushållen köper in. I det här kapitlet görs en enklare analys av elkonsumtionens utveckling på kort sikt, 2005 till 2009.

Utgifter för el ökade med 24 % mellan 2005 och 2009 varav den största ökningen skedde under det sista året. Elutgifternas andel av hushållens totala utgifter steg också från 3,4 % 2005 till 4,1 % 2009. Denna utveckling kan i huvudsak förklaras av stigande elpriser. Mellan 2005 och 2009 steg konsumentprisindex för el på helårsbasis med 28 % vilket kan jämföras med en ökning på 7 % för hela den privata konsumtionen. Med oförändrade elpriser hade alltså utgifterna förändrats mycket lite under perioden (Tabell 1).

Tabell 1. De svenska hushållens elkonsumtion 2005-2009

		2005	2006	2007	2008	2009
Utgifter, löpande priser	(kr/hushåll)	9130	9330	9760	10340	11350
KPI el	(index 2005=1)	1	1,14	1,13	1,26	1,28
Utgifter, 2005 års elpris	(kr/hushåll)	9130	8198	8661	8218	8890
Leveransstatistik	GWh	34423	34807	33457	33470	33826
Graddagar (normalår 3716)		3428	3310	3307	3127	n/a
Normalårskorrigerig	GWh	35006	35652	34275	34680	

För att gå vidare med analysen av elkonsumtionen är det rimligt att jämföra HUT-datan som används i denna rapport med leveransstatistiken för el (SCB, 2010). Trenderna för utgiftsstatistiken i fasta priser och leveransstatistiken liknar varandra men är inte identiska (se Tabell 1). Framförallt är fluktuationerna betydligt större från år till år i utgiftsstatistiken vilket kan bero på det förhållandevis begränsade urvalet i denna undersökning. Till skillnad från HUT baseras den fysiska elstatistiken på en så kallad totalundersökning, varför den bör vara mer tillförlitlig. Nedan kommer vi därför att lita oss mot leveransstatistiken.

En potentiellt viktig parameter för förändringar på kort sikt är de årliga temperaturvariationerna. Kalla vintrar medför ett större uppvärmningsbehov vilket även påverkar elkonsumtionen. Statistiken möjliggör inte en exakt uppdelning av hushållens elkonsumtionen i elvärme och övrig användning men Energimyndigheten gör skattningen att elvärmens utgör 42 % av konsumtionen (STEM 2010). Denna del är alltså beroende av vädret, framförallt under de kalla månaderna. För att isolera betydelsen av vädret från övriga trender använder SCB metoden normalårskorrigerig baserat på graddagar<sup>2</sup> där energianvändningen korrigeras med 50 procent av graddagstalets relativa avvikelse från ett normalår:

$$E_{\text{korrigerad}} = E_{\text{uppmätt}} / (1 + 0,5(G - G_{\text{normalår}}) / G_{\text{normalår}})$$

Där E är energianvändningen och G är antalet graddagar.

Denna metod har här använts för 42 % av elkonsumtionen mellan 2005 och 2008 och visas i raden normalårskorrigerig i Tabell 1. Graddagsdata för 2009 är ännu inte publicerad (2009 var dock varmare än ett normalår men kallare än de föregående fem åren). Denna korrigerig medför ingen större förändring, men trenden blir än mer utslätad och bilden stärks att hushållens elkonsumtion varit i stort sett oförändrad under den analyserade perioden. Förmodligen döljer dock denna trend en viss teknisk energieffektivisering som motverkats i motsvarande grad av att hushållen använder mer elektriska apparater. Enligt energistatistiken för småhus installerades det till exempel ca 200 000 värmepumpar i Sverige mellan 2005 och 2008 (främst luftvärmepumpar) vilka borde kunna spara

<sup>2</sup> Antal graddagar beräknas av SMHI som skillnaden mellan +17°C och aktuell dygnsmedeltemperatur (td) summerad över jan-mar samt november-december, de dygn i april då td < +12°, de dygn i maj-juli då td < +10°, de dygn i augusti då td < +11°, de dygn i september då td < +12°, de dygn i oktober då td < +13°.



i storleksordningen 1 GWh energi. Indikatorer för den europeiska elkonsumtionen visar också att stora vitvaror blivit avsevärt energieffektivare, men att de också utgör en allt mindre del av hushållselen. Istället ökar konsumtionen från andra apparater som t ex datorer (OECD/IEA, 2008). Det bör även noteras att tidsserien som analyserats här är mycket kort. Om trenden av stigande elpriser håller i sig är det troligt att detta också kommer att avspegla sig i förändrade konsumtions- och investeringsmönster på lite längre sikt. Analyser av längre tidsserier för energianvändningen i bostäder återfinns i t ex Nässén & Holmberg (2005) och Nässén et al (2008).

Jonas Nässén | forskare | avdelningen för Fysisk resursteori, Chalmers

## SLUTSATSER OCH BLICKAR FRAMÅT

År 2009 var första året som hushållens totala konsumtion vid konstant penningvärdeminskade i Sverige sedan början av 1990-talet.<sup>1</sup> En starkt bidragande orsak var minskad konsumtion inom transportsektorn, framförallt av bilar. Även om den svenska ekonomin historiskt sett varit beroende av produktion och konsumtion av bilar så kan minskningen tyckas ligga i linje med en hållbar samhällsutveckling. Den svenska befolkningen har dock inte prioriterat kollektivtrafik i någon större utsträckning under år 2009 än under år 2008. Historiskt sett har män haft större utgifter för drift av bil än vad kvinnor har haft. Under senare år har dock kvinnors utgifter för bil ökat och närmat sig männens medan deras utgifter för kollektivtrafik har minskat och därmed också närmat sig männens. Kanske uppnår vi genom denna utveckling ett mer jämlikt samhälle mellan könen men frågan är hur hållbar denna samhällsutveckling är?

Under senare år har det skett en ökad konsumtion av förbrukningsvaror, vilket också går emot samhällsidealet om en hållbar konsumtion. Dessutom har andelen miljövänliga förbrukningsvaror minskat under den senaste femårsperioden, även om minskningen är marginell. För att förklara den ökade konsumtionen av förbrukningsvaror har vi låtit Magdalena Petersson McIntyre, docent i etnologi, Göteborgs universitet, och Cecilia Solér, doktor i företagsekonomi, Göteborgs universitet, ge sitt perspektiv på utvecklingen. Enligt Magdalena Petersson McIntyre är en viktig orsak till hushållens ökade utgifter för förbrukningsvaror att män har fått ökat intresse för skönhetsprodukter och att företag differentierat sig mot detta nya segment. Enligt Cecilia Solér är utvecklingen snarare relaterad till lågkonjunkturen i samhället. Enligt hennes resonemang ökar konsumtionen av förbrukningsvaror då vi inte har resurser att konsumera varaktiga produkter. Detta kan också förklara varför ensamboende med barn har högst utgifter per konsumtionsenhet för förbrukningsvaror när de har lägst utgifter för total konsumtion (tabell 5 Basfakta). Oavsett förklaring tycks ökningen inte ligga i linje med en hållbar samhällsutveckling utan snarare individuella intressen för skönhet och lättsinnig konsumtion utan ekonomiskt risktagande.

Under senare år har det varit mycket diskussioner om marknader som omreglerades under 1990-talet fungerar. Beträffande hushållens utgifter så kan vi konstatera att dessa har minskat på telekommunikationsmarknaden medan de varit relativt oförändrade på försäkringsmarknaden (hemförsäkringen). Däremot har utgifterna på elmarknaden ökat markant under perioden 2005-2009, med särskilt stor ökning från 2008 till 2009. Enligt Jonas Nässén, doktor i fysisk resursteori, och Anna Widerberg, doktorand i nationalekonomi, beror ökningen under femårsperioden främst på att elpriset har stigit. En annan orsak till de ökade utgifterna för el är att antalet eldrivna apparater har ökat i de svenska hushållen och därmed konsumtionen av el.

Hushållens konsumtion av alkoholhaltiga drycker ökar enligt SCBs statistik. Enligt Mats Ramstedt, docent i sociologi, är dock denna statistik missvisande då den inte beaktar hela alkoholmarknaden. Om hänsyn tas till oregistrerad alkoholkonsumtion, som exempelvis resandeförsel och smuggelsprit, är trenden faktiskt den motsatta – att svenska folkets konsumtion av alkohol istället minskar. Detta ligger i linje med att svenskarnas konsumtion i utlandet minskade med 13,8 procent från 2008 till 2009 (tabell 1, Basfakta)

---

<sup>1</sup> I förra årets Konsumtionsrapport visade vi att hushållens totala konsumtion minskat med 0,3 procent från 2007 till 2008. Sedan dess har statistiken dock justerats till en ökning på 0,05 procent.

Under år 2008 stagnerade de svenska hushållens konsumtion och under 2009 så föll konsumtionen i jämförelse med föregående år för första gången sedan tidigt 1990-tal. Detta tycks dock inte påverkat hur tillfreds den svenska befolkningen är med sina liv då tillfredsställelsen var bättre 2009 än 2007 (tabell 9 Basfakta). Konsumtionens avtagande kan tyckas oroväckande och är givetvis inte bra för den svenska ekonomin. Kanske är detta dock inte den viktigaste konsumtionsfrågan att diskutera. Kanske är det av än större betydelse att få till stånd ett mer miljövänligt beteende som genomsyrar alla aktiviteter i människors liv - från shoppingcentrats iögonfallande konsumtion till hushållets dolda vrå, där förbrukningen av el och förbrukningsvaror sker.

John Magnus Roos | fil dr psykologi | Centrum för konsumtionsvetenskap

## REFERENSER

Brülde, B. och Nilsson, Å. (2010). Arbete, klass och livstillfredsställelse. I Oskarson, M., Bengtsson, M. och Berglund, T. (red). En fråga om klass – levnadsförhållanden, livsstil, politik Malmö: Liber.

Carlsson-Kanyama, A. (2010). Räkna även med klass, genus och utsläpp utomlands, Formas Fokuserar.

Classen, C., Howes, D. och Synnott, A. (1994). Aroma: the cultural history of smell. London: Routledge.

Dake, K. och Thompson, M. (1999). Making ends meet - in the household and on the planet. Innovation, Vol. 12(3), 427-436.

EEA [European Environmental Agency] (2010). Final electricity consumption by sector (ENER 018) [www.eea.europa.eu/data-and-maps/indicators/final-electricity-consumption-by-sector/final-electricity-consumption-by-sector-1#toc-2](http://www.eea.europa.eu/data-and-maps/indicators/final-electricity-consumption-by-sector/final-electricity-consumption-by-sector-1#toc-2).

Energimyndigheten. (2010). Prisutveckling på el och naturgas samt leverantörsbyten, fjärde kvartalet 2009, korrigerad 2010-05-27.

Gamble, A., Juliusson, A. och Gärling, T. (2009). Consumer attitudes towards switching supplier in three deregulated markets. Journal of Socio-Economics, 38 (5), 814-819.

Konjunkturinstitutet. (2010). Konjunkturbarometern. Företag och Hushåll. November 2010.

Konsumentverket (2010). Konsumenters information om och val av leverantörer på sex omreglerade marknader: fast telefoni, mobil telefoni, bank, försäkring, el och tandvård. Rapport 2010:25.

Landström, A-M. och Röjdén Thyberg, S. (2008). Att nå de som enbart har mobiltelefon – en studie av en matchningsmetod för mobilnummerurval. Kandidatuppsats i statistik.

Linder, S. B. (1970). The Harried Leisure Class. New York: Columbia University Press.

Nässén, J. och Holmberg, J. (2005). Energy efficiency - a forgotten goal in the Swedish building sector?, Energy Policy, Vol. 33, 1037-1051.

Nässén, J., Sprei, F. och Holmberg, J. (2008). Stagnating energy efficiency in the Swedish building sector – economic and organisational explanations, Energy Policy, Vol. 36, Vol. 10, 3814-3822.

OECD/IEA, 2008. Worldwide Trends in Energy Use and Efficiency, Key Insights from IEA Indicator Analysis. Paris: OECD.

Partington, A. (1996). Perfume, pleasure and post-modernity'. I Pat Kirkham (ed.) The gendered object. Manchester: Manchester University Press.

- Ramstedt, M. (2010). How much alcohol do you buy? A comparison of self-reported alcohol purchases with actual sales. *Addiction*, 105, 649-654.
- Ramstedt, M., Boman, U., Engdahl, B, Sohlberg, T. och Svensson, J. (2010). Tal om alkohol – en statistisk årsrapport från Monitor-projektet. SoRAD Rapportserie, nr 60. Stockholm: Stockholms universitet, SoRAD. Kommande.
- Ramstedt, M., Axelsson Sohlberg, T., Engdahl, B och Svensson, J. (2009). Tal om alkohol – en statistisk årsrapport från Monitor-projektet. SoRAD Rapportserie, nr 54. Stockholm: Stockholms universitet, SoRAD.
- Ramstedt, M. och Svensson, J. (2007). Att skatta införsel av alkohol till Sverige – ingen akademisk fråga? *Nordisk alkohol- och narkotika tidskrift*, 24, sid 534-537.
- SCB, Statistiska Centralbyrån. Statistikdatabas över hushållens utgifter (HUT) 2009. [www.scb.se](http://www.scb.se)
- SCB (2010). El-, gas- och fjärrvärmeförsörjningen 2009. EN 11 SM 1002.
- SCB (2010:1). Priser på elenergi och på överföring av el (nättariffer). [www.scb.se](http://www.scb.se)
- SCB (2010:2). Årlig energistatistik (el, gas och fjärrvärme). [www.scb.se](http://www.scb.se)
- Schor, J. (1991). *The Overworked American: The Unexpected Decline of Leisure*. New York: Basic Books.
- Schor, J. (2005). Sustainable Consumption and Worktime Reduction. *Journal of Industrial Ecology*, Vol. 9(1-2), 37-50.
- Sparke, P. (2004). *An Introduction to Design and Culture. 1900 to the Present*. London: Routledge.
- STEM [The Swedish National Energy Administration] (2009). Energistatistik för flerbostadshus 2008, ES 2009:08.
- STEM, 2010. Energiläget i siffror 2009. ET2009:29.
- Sveriges Radio (2010-11-10). Fasta elavtal populära efter den hårda vintern. Inslag på ekot, finns även på [ww.sr.se](http://ww.sr.se)
- Wennberg, P. Svensson, J. och Ramstedt, M. The effects of missing data in a random digit dialling survey of alcohol habits. *Nordisk alkohol- och narkotika tidskrift*. (Accepterad).

# BILAGOR

I bilagorna finns detaljerad statistik till de olika områdena:

- Bilaga 1    Konsumtionen i kronor
- Bilaga 2    Utgifter per hushåll
- Bilaga 3    Välbefinnande
- Bilaga 4    Ekologiska livsmedel
- Bilaga 5    Kategorisering av hushållens konsumtion i NR
- Bilaga 6    Kategorisering av hushållens utgifter i HUT-undersökningen

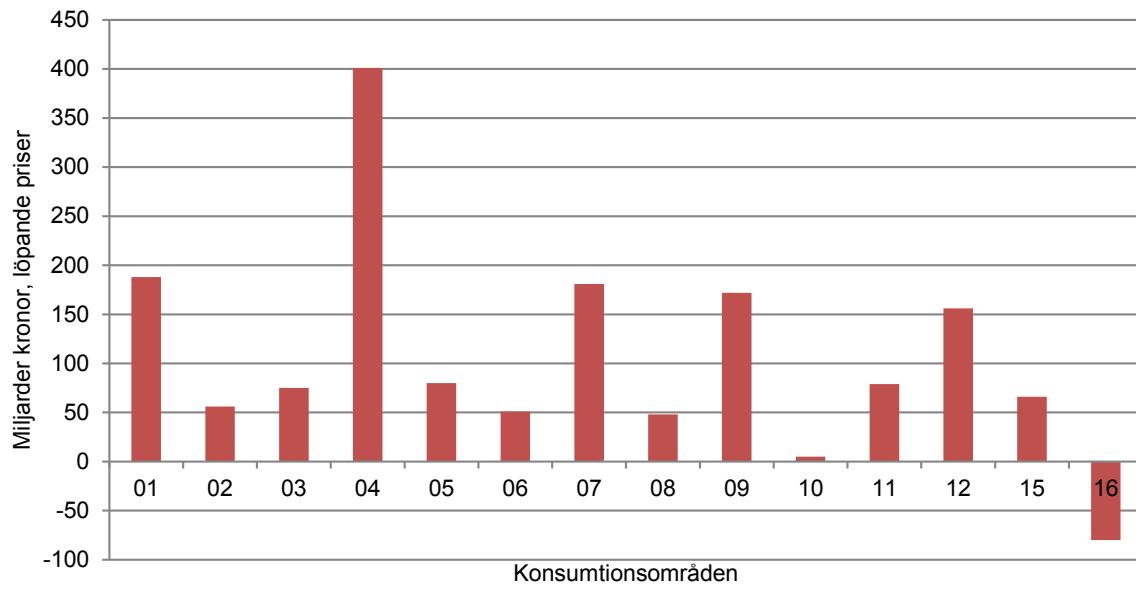
## BILAGA 1 KONSUMTIONEN I KRONOR

### Fasta priser referensår 2009

	årsstat 1999		årsstat 2000		årsstat 2001		årsstat 2002		årsstat 2003		årsstat 2004		årsstat 2005		årsstat 2006		årsstat 2007		årsstat 2008		kvartalsstat 2009	
	Mnkr		Mnkr		Mnkr		Mnkr		Mnkr		Mnkr		Mnkr		Mnkr		Mnkr		Mnkr		Mnkr	
01	150 506		154 132		158 670		163 521		167 218		170 673		175 028		182 323		187 817		185 572		188 476	
02	53 007		53 309		55 034		57 670		58 110		55 651		54 971		54 767		54 400		53 036		55 736	
03	48 658		51 621		52 752		55 898		57 702		61 612		65 730		69 795		71 225		73 114		74 655	
04	372 407		374 306		379 268		381 095		384 557		384 530		387 039		389 842		397 098		399 532		401 126	
05	45 406		49 307		50 477		52 898		55 319		59 802		65 477		72 153		77 188		79 001		79 730	
06	35 106		37 841		40 247		40 927		40 693		41 131		42 870		44 599		45 885		47 902		50 640	
07	178 324		183 248		176 628		181 588		183 952		191 145		198 631		197 684		206 557		191 806		181 488	
08	20 789		24 201		28 277		31 310		34 384		37 346		38 954		41 453		44 375		46 294		48 334	
09	103 247		112 773		116 784		121 406		128 310		134 909		140 321		150 167		163 320		170 126		171 806	
10	..		..		..		..		..		3 647		3 822		3 982		4 172		4 400		4 572	
11	66 389		69 141		70 844		70 422		70 488		70 054		73 799		77 303		80 146		82 472		78 940	
12	..		..		..		..		..		131 872		138 549		147 087		153 745		153 378		156 036	
Delsumma	1 171 947		1 219 774		1 241 715		1 275 864		1 302 725		1 337 961		1 381 758		1 429 026		1 485 126		1 486 585		1 491 539	
15	57 284		69 007		59 772		58 577		56 071		62 847		64 991		67 760		73 852		75 719		65 285	
16	-39 214		-42 650		-48 910		-49 446		-45 139		-48 475		-57 261		-69 238		-73 709		-76 194		-79 913	
Hushållens totala konsumtionsutgifter	1 189 024		1 243 533		1 251 902		1 284 539		1 313 436		1 351 501		1 388 907		1 428 161		1 484 608		1 485 320		1 476 911	

Källa: SCB, Nationalräkenskaperna, hushållens konsumtion  
Beloppen är korrigerade enligt publicering 2010-11-29

Figur 1.1 Hushållens konsumtion i Sverige efter ändamål 2009





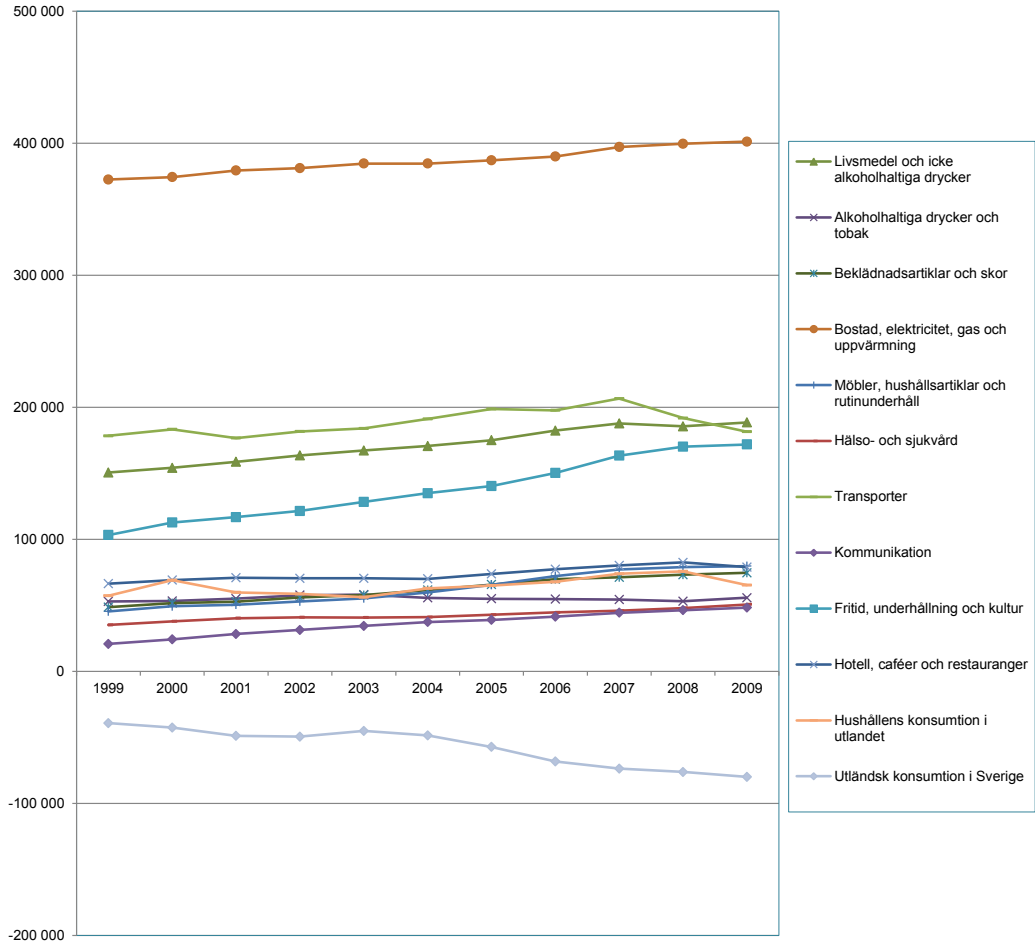
Tabell 1.2 Hushållens konsumtionsutgifter efter ändamål, ackumulerad förändring i %

	årsstat 1999		årsstat 2000		årsstat 2001		årsstat 2002		årsstat 2003		årsstat 2004		årsstat 2005		årsstat 2006		årsstat 2007		årsstat 2008		årsstat 2009	
	Mnkr	%	Mnkr	%	Mnkr	%	Mnkr	%	Mnkr	%	Mnkr	%	Mnkr	%	Mnkr	%	Mnkr	%	Mnkr	%	Mnkr	%
01		0%		2%		5%		9%		11%		13%		16%		21%		25%		23%		25%
02		0%		1%		4%		9%		10%		5%		4%		3%		3%		0%		5%
03		0%		6%		8%		15%		19%		27%		35%		43%		46%		50%		53%
04		0%		1%		2%		2%		3%		3%		4%		5%		7%		7%		8%
05		0%		9%		11%		17%		22%		32%		44%		59%		70%		74%		76%
06		0%		8%		15%		17%		16%		17%		22%		27%		31%		36%		44%
07		0%		3%		-1%		2%		3%		7%		11%		11%		16%		8%		2%
08		0%		16%		36%		51%		65%		80%		87%		99%		113%		123%		132%
09		0%		9%		13%		18%		24%		31%		36%		45%		58%		65%		66%
11		0%		4%		7%		6%		6%		6%		11%		16%		21%		24%		19%
12																						
Delsumma		0%		4%		6%		9%		11%		14%		18%		22%		27%		27%		27%
15		0%		20%		4%		2%		-2%		10%		13%		18%		29%		32%		14%
16		0%		9%		25%		26%		15%		24%		46%		74%		88%		94%		104%
Hushållens totala konsumtionsutgifter		0%		5%		5%		8%		10%		14%		17%		20%		25%		25%		24%

Källa: SCB, Nationalräkenskaperna, hushållens konsumtion  
Beloppen är uppdaterade enligt publicering 2010-11-29

Figur 1.2 Hushållens konsumtion efter ändamål 1999-2009

Miljoner kronor i fasta priser, referensår 2009



Källa: SCB, Nationalräkenskaperna, hushållens utgifter

Tabell 1.3 Konsumentprisindex

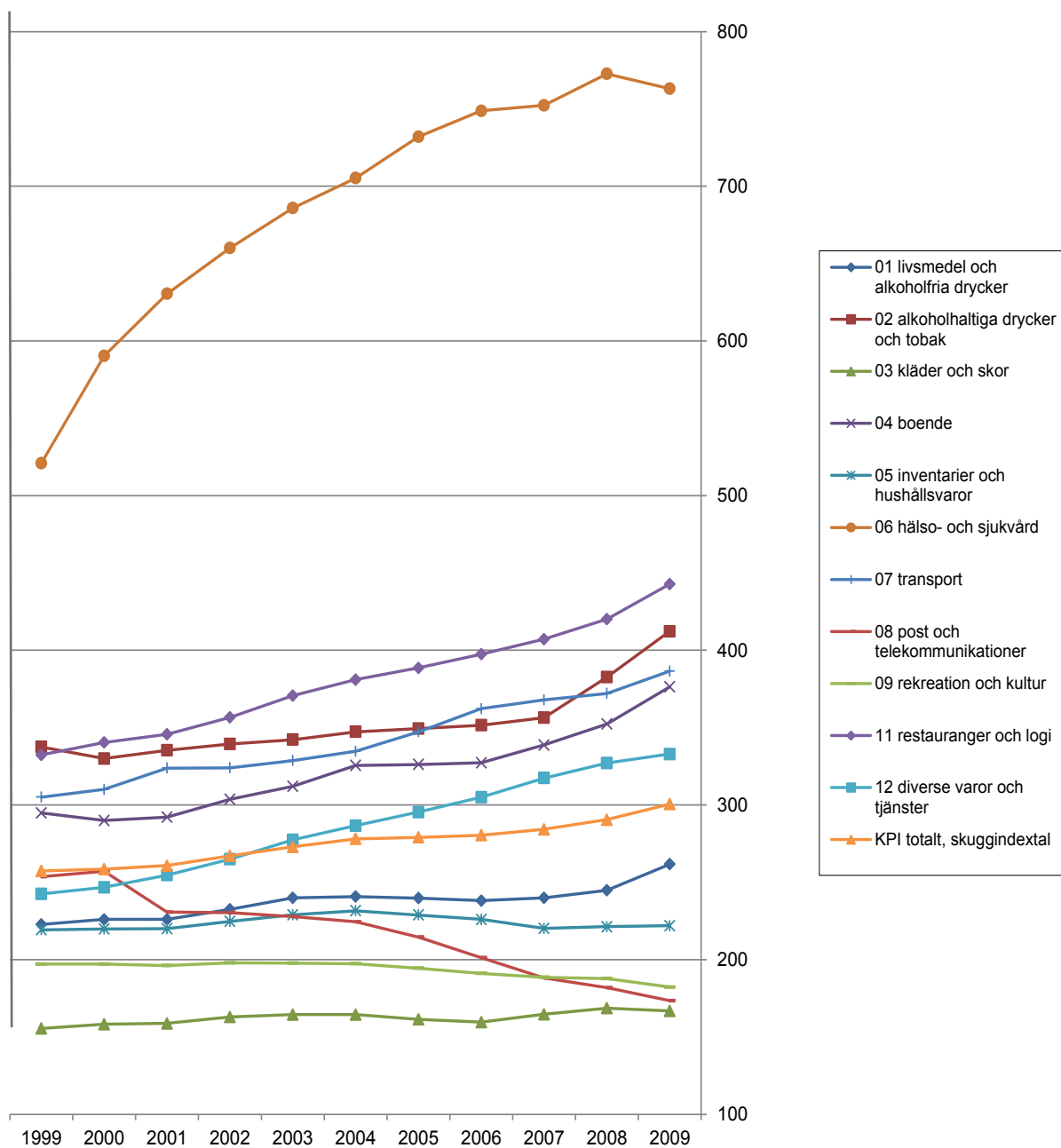
Konsumtionsområden	KPI 1999	KPI 2008	KPI 2009	jmf 08-09	jmf 99-09
01 livsmedel och alkoholfria drycker	226	262	269	2,9%	15,8%
02 alkoholhaltiga drycker och tobak	330	412	424	2,8%	24,9%
03 kläder och skor	158	167	169	1,5%	5,4%
04 boende	290	376	359	-4,6%	29,8%
05 inventarier och hushållsvaror	220	222	226	1,7%	1,0%
06 hälso- och sjukvård	590	763	769	0,8%	29,3%
07 transport	310	387	389	0,6%	24,6%
08 post och telekommunikationer	257	173	168	-3,1%	-32,5%
09 rekreation och kultur	197	182	183	0,5%	-7,5%
10 utbildning	0	0	0	0,0%	0,0%
11 restauranger och logi	340	443	456	3,0%	30,1%
12 diverse varor och tjänster	247	333	341	2,3%	34,9%
KPI totalt, skuggindex	259	301	300	-0,3%	15,9%

---

Källa: SCB Konsumentprisindex. Årsmedeltalen är beräknade på indextal med två decimaler.

Figur 1.3 Konsumentprisindex 1999-2009

1980=100



Källa: SCB Konsumentprisindex, KPI.

## BILAGA 2 UTGIFTER PER HUSHÅLL

Tabell 2.1. Utgifter i kronor per hushåll – över en femårsperiod.

### Genomsnittliga utgifter i kronor per hushåll, 2003 - 2009 (Löpande priser)

	2005	2006	2007	2008	2009
Antal medverkande hushåll	2079	1972	2254	2120	2047
Genomsnittligt antal personer	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1
konsumtionsenheter	1,57	1,59	1,57	1,58	1,57
Beräknad populationsstorlek	3 883 910 ± 68 480	3 988 100 ± 74 600	3 977 510 ± 68 310	3 984 880 ± 72 960	4 002 530 ± 75 760
<b>TOTALA UTGIFTERNA</b>	<b>265 920</b> ± 6 570	<b>267 740</b> ± 6 310	<b>267 600</b> ± 6 450	<b>295 040</b> ± 8 410	<b>280 610</b> ± 6 700
<b>KÖPTA LIVSMEDEL</b>	<b>29 130</b> ± 700	<b>30 420</b> ± 850	<b>30 750</b> ± 740	<b>34 130</b> ± 880	<b>34 780</b> ± 890
<b>ALKOHOLFRIA DRYCKER</b>	<b>2 420</b> ± 90	<b>2 500</b> ± 100	<b>2 400</b> ± 90	<b>2 660</b> ± 110	<b>2 680</b> ± 110
<b>UTEMÅLTIDER</b>	<b>9 780</b> ± 610	<b>10 250</b> ± 810	<b>10 230</b> ± 620	<b>10 470</b> ± 820	<b>10 450</b> ± 720
<b>ALKOHOLHALTIGA DRYCKER (även lättöl)</b>	<b>3 750</b> ± 320	<b>3 560</b> ± 390	<b>3 730</b> ± 320	<b>3 930</b> ± 320	<b>4 000</b> ± 340
<b>TOBAK</b>	<b>2 010</b> ± 220	<b>1 860</b> ± 210	<b>1 800</b> ± 200	<b>2 210</b> ± 270	<b>2 020</b> ± 250
<b>FÖRBRUKNINGSVAROR</b>	<b>5 240</b> ± 260	<b>5 560</b> ± 290	<b>5 220</b> ± 250	<b>5 890</b> ± 320	<b>6 290</b> ± 320
<b>HUSHÅLLSTJÄNSTER</b>	<b>13 200</b> ± 1 290	<b>12 390</b> ± 840	<b>8 520</b> ± 630	<b>10 250</b> ± 970	<b>13 530</b> ± 740
<b>KLÄDER OCH SKOR</b>	<b>13 760</b> ± 1 040	<b>13 380</b> ± 1 080	<b>14 450</b> ± 1 060	<b>14 900</b> ± 1 550	<b>13 710</b> ± 1 080
<b>BOSTAD</b>	<b>65 680</b> ± 1 620	<b>65 800</b> ± 1 650	<b>66 950</b> ± 1 350	<b>73 340</b> ± 1 800	<b>72 350</b> ± 1 690
<b>MÖBLER, INVENTARIER, TEXTILIER, HUSHÅLLSUTRUSTNING</b>	<b>16 340</b> ± 1 500	<b>14 790</b> ± 1 140	<b>15 950</b> ± 1 180	<b>17 300</b> ± 1 930	<b>16 070</b> ± 1 740
<b>HÄLSO- OCH SJUKVÅRD</b>	<b>6 910</b> ± 1 110	<b>6 000</b> ± 780	<b>6 430</b> ± 770	<b>6 580</b> ± 810	<b>6 400</b> ± 880
<b>TRANSPORT</b>	<b>45 870</b> ± 2 760	<b>48 850</b> ± 3 110	<b>47 280</b> ± 3 370	<b>50 250</b> ± 3 100	<b>42 650</b> ± 2 540
<b>FRITID OCH KULTUR</b>	<b>50 070</b> ± 2 210	<b>49 280</b> ± 1 910	<b>49 720</b> ± 2 590	<b>55 120</b> ± 2 750	<b>53 970</b> ± 2 140
<b>SKATTEPLIKTIGA FÖRMÄNER</b>	<b>1 280</b> ± 200	<b>1 530</b> ± 220	<b>1 770</b> ± 230	<b>2 060</b> ± 480	<b>1 840</b> ± 240

Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT) enligt publicering 2010-12-08

**Tabell 2.2 Utgifter i kronor per hushåll över tiden på nyligen omreglerade marknader**

	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
Elektricitet, gas och andra bränslen	9 130 ± 420	9 330 ± 410	9 760 ± 440	10 340 ± 460	11 350 ± 560
Hem-och villa försäkring	1 970 ± 70	1 940 ± 80	1 960 ± 70	2 030 ± 90	2 030 ± 80
Mobiltelefon (samtal och abonnemang)	2 480 ± 160	2 370 ± 160	2 670 ± 180	2 430 ± 160	2 600 ± 170
Fast telefon (samtal och abonnemang)	3 730 ± 120	3 590 ± 110	3 430 ± 110	3 150 ± 110	2 810 ± 100
Telefon (totalt)	6 210	5 960	6 100	5 580	5 410

---

Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT) 2010-12-08

Tabell 2.3 Utgifter i kronor per hushåll år 2009 - hushållsgrupp med 95% konfidensintervall

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sam- manboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
<b>Antal medverkande hushåll</b>	116	352	765	596	89	129	2 047
<b>Genomsnittligt antal personer</b>	2,6	1,0	3,9	2,0	4,6	2,9	2,1
<b>konsumentenheter</b>	1,77	1,00	2,39	1,51	2,92	2,08	1,57
<b>Beräknad populationsstorlek</b>	218 430 ± 26 600	1 515 210 ± 111 620	802 530 ± 33 140	1 160 050 ± 62 250	94 690 ± 18 740	211 630 ± 32 810	4 002 530 ± 75 760
<b>TOTALA UTGIFTERNA</b>	<b>254 080</b> ± 22 560	<b>169 010</b> ± 8 060	<b>406 910</b> ± 13 080	<b>304 950</b> ± 12 030	<b>456 110</b> ± 65 720	<b>334 920</b> ± 31 320	<b>276 320</b> ± 6 610
<b>KÖPTA LIVSMEDEL</b>	<b>35 910</b> ± 3 690	<b>19 370</b> ± 1 170	<b>52 770</b> ± 1 690	<b>37 980</b> ± 1 400	<b>62 050</b> ± 4 970	<b>45 940</b> ± 4 400	<b>34 780</b> ± 890
Bröd, spannmålsprodukter	<b>6 310</b> ± 830	<b>3 360</b> ± 290	<b>9 130</b> ± 360	<b>5 710</b> ± 320	<b>10 830</b> ± 1 170	<b>7 630</b> ± 1 110	<b>5 760</b> ± 200
Kött	<b>7 010</b> ± 1 110	<b>3 610</b> ± 390	<b>10 590</b> ± 530	<b>8 090</b> ± 730	<b>12 590</b> ± 1 480	<b>10 000</b> ± 1 270	<b>7 040</b> ± 310
Fisk och skaldjur	<b>1 430</b> ± 350	<b>1 380</b> ± 200	<b>2 730</b> ± 260	<b>3 070</b> ± 300	<b>2 720</b> ± 650	<b>2 970</b> ± 670	<b>2 260</b> ± 140
Mjök, ost och ägg	<b>5 970</b> ± 690	<b>3 270</b> ± 250	<b>8 950</b> ± 350	<b>6 260</b> ± 270	<b>10 950</b> ± 1 090	<b>7 580</b> ± 780	<b>5 830</b> ± 170
Oljor och fetter	<b>980</b> ± 170	<b>510</b> ± 70	<b>1 340</b> ± 80	<b>1 270</b> ± 90	<b>2 030</b> ± 350	<b>1 400</b> ± 240	<b>1 010</b> ± 50
Frukt och bär	<b>2 900</b> ± 530	<b>1 770</b> ± 210	<b>4 310</b> ± 230	<b>3 350</b> ± 230	<b>5 390</b> ± 780	<b>3 470</b> ± 590	<b>2 970</b> ± 130
Grönsaker	<b>3 720</b> ± 560	<b>2 290</b> ± 260	<b>5 880</b> ± 270	<b>4 510</b> ± 250	<b>6 870</b> ± 950	<b>5 970</b> ± 750	<b>4 030</b> ± 170
Sötsaker, socker	<b>3 950</b> ± 650	<b>1 760</b> ± 230	<b>5 120</b> ± 270	<b>3 120</b> ± 200	<b>6 480</b> ± 1 020	<b>3 930</b> ± 600	<b>3 170</b> ± 130
Såser, dressingar, kryddsåser	<b>680</b> ± 140	<b>270</b> ± 50	<b>1 080</b> ± 90	<b>630</b> ± 70	<b>1 190</b> ± 200	<b>710</b> ± 140	<b>610</b> ± 40
Salt och kryddor	<b>410</b> ± 100	<b>210</b> ± 50	<b>590</b> ± 60	<b>490</b> ± 60	<b>600</b> ± 140	<b>530</b> ± 160	<b>400</b> ± 30
Bakpulver, övriga hushålls-tillsatser, buljong	<b>240</b> ± 80	<b>210</b> ± 50	<b>340</b> ± 60	<b>390</b> ± 50	<b>480</b> ± 140	<b>340</b> ± 90	<b>300</b> ± 30
Snacks	<b>570</b> ± 120	<b>250</b> ± 70	<b>740</b> ± 60	<b>320</b> ± 50	<b>950</b> ± 290	<b>560</b> ± 190	<b>420</b> ± 40
Ospec livsmedel	<b>1 730</b> ± 1 370	<b>480</b> ± 320	<b>1 950</b> ± 700	<b>760</b> ± 320	<b>980</b> ± 580	<b>830</b> ± 530	<b>950</b> ± 220
<b>ALKOHOLFRIA DRYCKER</b>	<b>3 240</b> ± 430	<b>1 650</b> ± 180	<b>3 960</b> ± 200	<b>2 720</b> ± 180	<b>4 750</b> ± 680	<b>3 550</b> ± 450	<b>2 680</b> ± 110
Frukt- och grönsaksjuice, nektar	<b>670</b> ± 140	<b>310</b> ± 70	<b>790</b> ± 80	<b>430</b> ± 50	<b>790</b> ± 200	<b>590</b> ± 160	<b>490</b> ± 40
Läskedrycker	<b>1 520</b> ± 260	<b>610</b> ± 120	<b>1 760</b> ± 130	<b>970</b> ± 110	<b>2 130</b> ± 440	<b>1 360</b> ± 280	<b>1 070</b> ± 70
Mineral- o. sodavatten	<b>220</b> ± 150	<b>160</b> ± 50	<b>270</b> ± 40	<b>240</b> ± 80	<b>340</b> ± 210	<b>360</b> ± 140	<b>220</b> ± 30
Kaffe	<b>610</b> ± 180	<b>470</b> ± 80	<b>840</b> ± 90	<b>840</b> ± 90	<b>1 120</b> ± 220	<b>1 000</b> ± 190	<b>700</b> ± 50
Te	<b>130</b> ± 70	<b>100</b> ± 40	<b>210</b> ± 30	<b>180</b> ± 40	<b>250</b> ± 110	<b>170</b> ± 70	<b>150</b> ± 20
Kakao	<b>90</b> ± 40	.	<b>90</b> ± 20	<b>60</b> ± 20	<b>110</b> ± 70	<b>60</b> ± 40	<b>50</b> ± 10

Forts.

Forts. Tabell 2.3 Utgifter i kronor per hushåll år 2009 - hushållsgrupp med 95% konfidensintervall

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sam- manboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
<b>UTEMÅLTIDER</b>	<b>7 580</b>	<b>7 190</b>	<b>15 500</b>	<b>11 030</b>	<b>14 220</b>	<b>12 810</b>	<b>10 450</b>
	± 1 820	± 1 200	± 1 750	± 1 380	± 3 950	± 3 260	± 720
<b>ALKOHOLHALTIGA DRYCKER (även lättöl)</b>	<b>1 840</b>	<b>2 610</b>	<b>4 120</b>	<b>5 930</b>	<b>4 020</b>	<b>5 210</b>	<b>4 000</b>
	± 680	± 540	± 480	± 770	± 1 650	± 1 360	± 340
<b>TOBAK</b>	<b>2 620</b>	<b>1 860</b>	<b>1 870</b>	<b>2 050</b>	<b>3 430</b>	<b>2 190</b>	<b>2 020</b>
	± 1 120	± 510	± 360	± 420	± 1 490	± 870	± 250
<b>FÖRBRUKNINGSVAROR</b>	<b>8 300</b>	<b>3 420</b>	<b>9 960</b>	<b>6 650</b>	<b>10 300</b>	<b>7 130</b>	<b>6 290</b>
	± 1 680	± 470	± 630	± 600	± 2 320	± 1 110	± 320
Personlig hygien	4 820	2 000	6 010	3 550	6 350	3 530	3 590
	± 1 310	± 400	± 500	± 510	± 2 150	± 790	± 260
Övriga förbrukningsvaror	3 480	1 420	3 950	3 100	3 950	3 600	2 700
	± 1 080	± 200	± 310	± 270	± 730	± 570	± 150
<b>HUSHÅLLSTJÄNSTER</b>	<b>11 490</b>	<b>7 000</b>	<b>24 730</b>	<b>13 950</b>	<b>19 710</b>	<b>14 910</b>	<b>13 530</b>
	± 2 600	± 1 110	± 1 480	± 1 570	± 3 250	± 3 210	± 740
Barntillsyn	1 840	.	7 180	.	1 750	320	1 600
	± 610	.	± 570	.	± 990	± 270	± 120
Fackavgift, övriga försäkringar	5 450	3 150	10 420	5 520	11 260	8 420	5 890
	± 800	± 350	± 580	± 550	± 1 530	± 1 870	± 270
Övriga tjänster	4 200	3 850	7 130	8 430	6 690	6 180	6 040
	± 2 400	± 1 060	± 1 180	± 1 460	± 2 490	± 2 590	± 660
<b>KLÄDER OCH SKOR</b>	<b>16 780</b>	<b>7 390</b>	<b>23 600</b>	<b>13 550</b>	<b>26 300</b>	<b>13 600</b>	<b>13 710</b>
	± 4 080	± 1 840	± 2 090	± 2 160	± 7 350	± 3 450	± 1 080
<b>Kläder</b>	<b>14 120</b>	<b>6 080</b>	<b>18 770</b>	<b>11 440</b>	<b>19 400</b>	<b>11 300</b>	<b>11 210</b>
	± 3 510	± 1 530	± 1 740	± 1 990	± 5 230	± 3 030	± 930
därav Utekläder	2 190	1 650	3 270	2 900	3 590	3 110	2 490
	± 1 170	± 1 020	± 710	± 1 320	± 2 470	± 1 460	± 570
Övriga kläder	8 890	3 320	10 990	6 210	11 530	6 250	6 350
	± 2 710	± 850	± 1 240	± 1 170	± 3 680	± 1 990	± 570
Underkläder	1 640	680	2 520	1 220	2 660	1 350	1 340
	± 630	± 190	± 330	± 300	± 960	± 550	± 140
Accessoarer, hattar, mössor, vantar etc.	700	320	860	460	810	280	500
	± 380	± 150	± 180	± 210	± 430	± 220	± 90
<b>Skor</b>	<b>2 660</b>	<b>1 310</b>	<b>4 830</b>	<b>2 110</b>	<b>6 900</b>	<b>2 310</b>	<b>2 510</b>
	± 1 190	± 750	± 770	± 670	± 3 760	± 1 170	± 400
<b>BOSTAD</b>	<b>73 530</b>	<b>55 210</b>	<b>96 750</b>	<b>67 540</b>	<b>84 940</b>	<b>81 640</b>	<b>70 210</b>
	± 4 760	± 2 660	± 3 880	± 2 910	± 9 130	± 8 140	± 1 670
Hyra/avgift för hyres-/borätt (inkl garage)	48 740	37 800	22 880	25 820	13 820	25 920	30 740
	± 5 870	± 2 460	± 2 900	± 2 570	± 7 480	± 6 100	± 1 360
Reparationer	1 420	2 490	11 870	6 010	10 290	8 150	5 820
	± 860	± 1 340	± 2 390	± 1 660	± 6 460	± 5 270	± 910
Hem- och villaförsäkring	1 450	1 330	2 880	2 300	3 080	2 410	2 030
	± 260	± 140	± 180	± 130	± 480	± 360	± 80
Tjänster förknippade med bostaden	2 330	1 550	7 270	5 460	9 110	5 890	4 280
	± 880	± 380	± 550	± 620	± 1 860	± 1 280	± 280
Elektricitet, gas och andra bränslen	9 360	6 450	17 180	12 650	19 770	15 510	11 350
	± 2 140	± 1 030	± 1 050	± 940	± 2 670	± 2 960	± 560
Räntor (brutto)	9 460	5 270	33 080	13 540	25 970	21 890	14 840
	± 3 460	± 1 310	± 2 390	± 1 730	± 5 110	± 4 720	± 930

Forts.



Forts. Tabell 2.3 Utgifter i kronor per hushåll år 2009 - hushållsgrupp med 95% konfidensintervall

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sam- manboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
<b>MÖBLER, INVENTARIER, TEXTILIER, HUSHÅLLSUTRUSTNING</b>	<b>10 430</b>	<b>6 890</b>	<b>23 950</b>	<b>20 970</b>	<b>47 350</b>	<b>16 890</b>	<b>16 070</b>
	± 3 030	± 1 320	± 2 510	± 3 640	± 46 250	± 5 900	± 1 740
Möbler och inventarier, mattor och andra golvbeläggningar	3 470	3 410	9 780	7 910	.	5 870	6 810
	± 1 190	± 830	± 1 570	± 1 690	.	± 1 870	± 1 280
Textilier	700	690	2 180	1 740	2 080	1 360	1 360
	± 510	± 480	± 870	± 660	± 1 420	± 690	± 320
Hushållsutrustning	6 250	2 800	11 990	11 320	12 950	9 660	7 900
	± 2 460	± 660	± 1 470	± 2 950	± 5 310	± 5 240	± 1 010
<b>HÄLSO- OCH SJUKVÅRD</b>	<b>4 870</b>	<b>3 320</b>	<b>8 990</b>	<b>8 350</b>	<b>16 270</b>	<b>5 060</b>	<b>6 400</b>
	± 1 630	± 770	± 2 790	± 1 660	± 14 750	± 1 670	± 880
<b>TRANSPORT</b>	<b>29 360</b>	<b>20 150</b>	<b>65 510</b>	<b>52 720</b>	<b>77 960</b>	<b>59 770</b>	<b>42 650</b>
	± 5 610	± 3 050	± 5 880	± 5 570	± 15 100	± 10 560	± 2 540
Inköp av bil	3 720	2 370	18 840	16 050	19 130	14 730	10 760
	± 3 140	± 1 650	± 4 090	± 3 990	± 10 100	± 6 800	± 1 660
Inköp av övriga persontransportmedel	2 490	1 660	4 500	2 540	6 900	3 480	2 750
	± 1 320	± 1 050	± 1 370	± 1 550	± 5 240	± 2 770	± 690
Drift av bil	16 260	11 290	32 680	26 650	36 390	32 010	21 990
	± 3 620	± 1 920	± 3 070	± 3 190	± 7 970	± 6 410	± 1 450
Ränta (bil - brutto), bilskatt	1 280	930	2 620	2 230	4 160	2 440	1 820
	± 270	± 110	± 190	± 180	± 2 560	± 530	± 100
Drift av övriga persontransportmedel	1 120	410	1 760	980	1 990	1 090	960
	± 590	± 180	± 850	± 380	± 760	± 570	± 220
Ränta (ej bil - brutto), fordonskatt (ej bil)	60	.	90	120	.	.	70
	± 50	.	± 60	± 100	.	.	± 30
Lokalresor, transporttjänster	4 430	3 480	5 020	4 150	9 320	5 910	4 300
	± 2 590	± 930	± 1 070	± 1 030	± 4 530	± 2 570	± 540
<b>FRITID OCH KULTUR</b>	<b>45 790</b>	<b>32 650</b>	<b>76 830</b>	<b>61 880</b>	<b>84 320</b>	<b>64 870</b>	<b>53 620</b>
	± 9 190	± 3 280	± 4 690	± 3 870	± 13 950	± 12 320	± 2 130
Fritidsbostad	1 000	2 620	2 490	3 470	1 280	2 110	2 690
	± 930	± 1 180	± 730	± 730	± 900	± 910	± 520
Radio och TV	2 650	1 610	5 110	2 840	5 760	4 050	2 950
	± 800	± 370	± 540	± 410	± 1 950	± 1 000	± 230
Lek, sport, hobby	6 930	3 450	15 200	6 660	13 580	10 310	7 530
	± 5 010	± 1 680	± 2 900	± 1 760	± 5 860	± 9 210	± 1 140
Ur, kamera, fototjänster	1 150	720	2 550	2 200	1 960	2 140	1 650
	± 520	± 410	± 670	± 670	± 850	± 1 120	± 290
Resor, hotell	9 890	6 980	17 570	17 620	23 900	15 100	13 180
	± 3 840	± 1 330	± 1 860	± 1 950	± 8 540	± 4 300	± 920
Övrig fritid	7 750	5 760	11 720	11 730	11 810	11 560	9 240
	± 3 730	± 1 300	± 1 610	± 1 610	± 2 230	± 3 460	± 800
Underhållning	1 070	950	2 310	1 720	3 770	2 700	1 610
	± 960	± 420	± 460	± 480	± 1 630	± 1 930	± 260
Böcker, tidningar, TV-licens etc.	8 800	6 730	12 160	10 520	12 890	10 150	9 360
	± 1 470	± 700	± 780	± 730	± 2 040	± 1 260	± 400
Mobiltelefon (samtal och abonnemang)	3 440	1 720	4 020	2 210	5 060	3 710	2 600
	± 710	± 270	± 330	± 320	± 1 670	± 820	± 170
Fast telefon (samtal och abonnemang)	3 120	2 110	3 690	2 900	4 310	3 040	2 810
	± 460	± 210	± 160	± 160	± 550	± 400	± 100

Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT) 2010-06-15

Tabell 2.4 Utgifter i kronor per konsumtionsenhet år 2009 - hushållsgrupper med 95% konfidensintervall

		Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sam- manboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
<b>Antal medverkande hushåll</b>	116	352	765	596	89	129	2 047
<b>Genomsnittligt antal personer</b>	2,6	1,0	3,9	2,0	4,6	2,9	2,1
<b>konsumtionsenheter</b>	1,77	1,00	2,39	1,51	2,92	2,08	1,57
<b>Beräknad populationsstorlek</b>	218 430 ± 26 600	1 515 210 ± 111 620	802 530 ± 33 140	1 160 050 ± 62 250	94 690 ± 18 740	211 630 ± 32 810	4 002 530 ± 75 760
<b>TOTALA UTGIFTERNA</b>	<b>143548</b>	<b>169 010</b>	170255	201954	<b>156202</b>	<b>161019</b>	176000
	12746	± 8 060	5473	7967	22507	15058	4210
<b>KÖPTA LIVSMEDEL</b>	<b>20288</b>	<b>19370</b>	<b>22079</b>	<b>25152</b>	<b>21250</b>	<b>22087</b>	<b>22153</b>
	2085	± 1 170	707	927	1702	2115	567
Bröd, spannmålsprodukter	3565	3 360	3820	3781	3709	3668	3669
	469	± 290	151	212	401	534	127
Kött	3960	3 610	4431	5358	4312	4808	4484
	627	± 390	222	483	507	611	197
Fisk och skaldjur	808	1 380	1142	2033	932	1428	1439
	198	± 200	109	199	223	322	89
Mjolk, ost och ägg	3373	3 270	3745	4146	3750	3644	3713
	390	± 250	146	179	373	375	108
Oljor och fetter	554	510	561	841	695	673	643
	96	± 70	33	60	120	115	32
Frukt och bär	1638	1 770	1803	2219	1846	1668	1892
	299	± 210	96	152	267	284	83
Grönsaker	2102	2 290	2460	2987	2353	2870	2567
	316	± 260	113	166	325	361	96
Sötsaker, socker	2232	1 760	2142	2066	2219	1889	2019
	367	± 230	113	132	349	288	83
Såser, dressingar, kryddsåser	384	270	452	417	408	341	389
	79	± 50	38	46	68	67	25
Salt och kryddor	232	210	247	325	205	255	255
	56	± 50	25	40	48	77	19
Bakpulver, övriga hushålls-tillsatser, buljong	136	210	142	258	164	163	191
	45	± 50	25	33	48	43	19
Snacks	322	250	310	212	325	269	268
	68	± 70	25	33	99	91	25
Ospec livsmedel	977	480	816	503	336	399	605
	774	± 320	293	212	199	255	140
<b>ALKOHOLFRIA DRYCKER</b>	<b>1831</b>	<b>1 650</b>	1657	1801	1627	1707	1707
	243	± 180	84	119	233	216	70
Frukt- och grönsaksjuice, nektar	379	310	331	285	271	284	312
	79	± 70	33	33	68	77	25
Läskedrycker	859	610	736	642	729	654	682
	147	± 120	54	73	151	135	45
Mineral- o. sodavatten	124	160	113	159	116	173	140
	85	± 50	17	53	72	67	19
Kaffe	345	470	351	556	384	481	446
	102	± 80	38	60	75	91	32
Te	73	100	88	119	86	82	96
	40	± 40	13	26	38	34	13
Kakao	51	.	38	40	38	29	32
	23	.	8	13	24	19	6

Forts.

Forts Tabell 2.4 Utgifter i kronor per konsumtionsenhet år 2009 - hushållsgrupper med 95% konfidensintervall

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sam- manboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
<b>UTEMÅLTIDER</b>	<b>4282</b>	<b>7 190</b>	<b>6485</b>	<b>7305</b>	<b>4870</b>	<b>6159</b>	<b>6656</b>
	1028	± 1 200	732	914	1353	1567	459
<b>ALKOHOLHALTIGA DRYCKER (även lättöl)</b>	<b>1040</b>	<b>2 610</b>	<b>1724</b>	<b>3927</b>	<b>1377</b>	<b>2505</b>	<b>2548</b>
	384	± 540	201	510	565	654	217
<b>TOBAK</b>	<b>1480</b>	<b>1 860</b>	<b>782</b>	<b>1358</b>	<b>1175</b>	<b>1053</b>	<b>1287</b>
	633	± 510	151	278	510	418	159
<b>FÖRBRUKNINGSVAROR</b>	<b>4689</b>	<b>3 420</b>	<b>4167</b>	<b>4404</b>	<b>3527</b>	<b>3428</b>	<b>4006</b>
	949	± 470	264	397	795	534	204
Personlig hygien	2723	2 000	2515	2351	2175	1697	2287
	740	± 400	209	338	736	380	166
Övriga förbrukningsvaror	1966	1 420	1653	2053	1353	1731	1720
	610	± 200	130	179	250	274	96
<b>HUSHÅLLSTJÄNSTER</b>	<b>6492</b>	<b>7 000</b>	<b>10347</b>	<b>9238</b>	<b>6750</b>	<b>7168</b>	<b>8618</b>
	1469	± 1 110	619	1040	1113	1543	471
Barntillsyn	1040	.	3004	.	599	154	1019
	345	.	238	.	339	130	76
Fackavgift, övriga försäkringar	3079	3 150	4360	3656	3856	4048	3752
	452	± 350	243	364	524	899	172
Övriga tjänster	2373	3 850	2983	5583	2291	2971	3847
	1356	± 1 060	494	967	853	1245	420
<b>KLÄDER OCH SKOR</b>	<b>9480</b>	<b>7 390</b>	<b>9874</b>	<b>8974</b>	<b>9007</b>	<b>6538</b>	<b>8732</b>
	2305	± 1 840	874	1430	2517	1659	688
<b>Kläder</b>	<b>7977</b>	<b>6 080</b>	<b>7854</b>	<b>7576</b>	<b>6644</b>	<b>5433</b>	<b>7140</b>
	1983	± 1 530	728	1318	1791	1457	592
därav Utekläder	1237	1 650	1368	1921	1229	1495	1586
	661	± 1 020	297	874	846	702	363
Övriga kläder	5023	3 320	4598	4113	3949	3005	4045
	1531	± 850	519	775	1260	957	363
Underkläder	927	680	1054	808	911	649	854
	356	± 190	138	199	329	264	89
Accessoarer, hattar, mössor, vantar etc.	395	320	360	305	277	135	318
	215	± 150	75	139	147	106	57
<b>Skor</b>	<b>1503</b>	<b>1 310</b>	<b>2021</b>	<b>1397</b>	<b>2363</b>	<b>1111</b>	<b>1599</b>
	672	± 750	322	444	1288	563	255
<b>BOSTAD</b>	<b>41542</b>	<b>55 210</b>	<b>40481</b>	<b>44728</b>	<b>29089</b>	<b>39250</b>	<b>44720</b>
	2689	± 2 660	1623	1927	3127	3913	1064
Hyra/avgift för hyres-/borätt (inkl garage)	27537	37 800	9573	17099	4733	12462	19580
	3316	± 2 460	1213	1702	2562	2933	866
Reparationer	802	2 490	4967	3980	3524	3918	3707
	486	± 1 340	1000	1099	2212	2534	580
Hem- och villaförsäkring	819	1 330	1205	1523	1055	1159	1293
	147	± 140	75	86	164	173	51
Tjänster förknippade med bostaden	1316	1 550	3042	3616	3120	2832	2726
	497	± 380	230	411	637	615	178
Elektricitet, gas och andra bränslen	5288	6 450	7188	8377	6771	7457	7229
	1209	± 1 030	439	623	914	1423	357
Räntor (brutto)	5345	5 270	13841	8967	8894	10524	9452
	1955	± 1 310	1000	1146	1750	2269	592

Forts.

Forts. Tabell 2.4 Utgifter i kronor per konsumtionsenhet år 2009 - hushållsgrupper med 95% konfidensintervall

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sam- manboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
<b>MÖBLER, INVENTARIER, TEXTILIER , HUSHÅLLSUTRUSTNING</b>	<b>5893</b>	<b>6 890</b>	<b>10021</b>	<b>13887</b>	<b>16216</b>	<b>8120</b>	<b>10236</b>
Möbler och inventarier, mattor och andra golvbeläggningar	1712	± 1 320	1050	2411	15839	2837	1108
Textilier	1960	3 410	4092	5238	.	2822	4338
Hushållsutrustning	672	± 830	657	1119	.	899	815
	395	690	912	1152	712	654	866
	288	± 480	364	437	486	332	204
	3531	2 800	5017	7497	4435	4644	5032
	1390	± 660	615	1954	1818	2519	643
<b>HÄLSO- OCH SJUKVÅRD</b>	<b>2751</b>	<b>3 320</b>	<b>3762</b>	<b>5530</b>	<b>5572</b>	<b>2433</b>	<b>4076</b>
	921	± 770	1167	1099	5051	803	561
<b>TRANSPORT</b>	<b>16588</b>	<b>20 150</b>	<b>27410</b>	<b>34914</b>	<b>26699</b>	<b>28736</b>	<b>27166</b>
Inköp av bil	3169	± 3 050	2460	3689	5171	5077	1618
	2102	2 370	7883	10629	6551	7082	6854
	1774	± 1 650	1711	2642	3459	3269	1057
Inköp av övriga persontransportmedel	1407	1 660	1883	1682	2363	1673	1752
	746	± 1 050	573	1026	1795	1332	439
Drift av bil	9186	11 290	13674	17649	12462	15389	14006
	2045	± 1 920	1285	2113	2729	3082	924
Ränta (bil - brutto), bilskatt	723	930	1096	1477	1425	1173	1159
	153	± 110	79	119	877	255	64
Drift av övriga persontransportmedel	633	410	736	649	682	524	611
	333	± 180	356	252	260	274	140
Ränta (ej bil - brutto), fordonskatt (ej bil)	34	.	38	79	.	.	45
	28	.	25	66	.	.	19
Lokalresor, transporttjänster	2503	3 480	2100	2748	3192	2841	2739
	1463	± 930	448	682	1551	1236	344
<b>FRITID OCH KULTUR</b>	<b>25870</b>	<b>32 650</b>	<b>32146</b>	<b>40980</b>	<b>28877</b>	<b>31188</b>	<b>34153</b>
Fritidsbostad	5192	± 3 280	1962	2563	4777	5923	1357
	565	2 620	1042	2298	438	1014	1713
	525	± 1 180	305	483	308	438	331
Radio och TV	1497	1 610	2138	1881	1973	1947	1879
	452	± 370	226	272	668	481	146
Lek, sport, hobby	3915	3 450	6360	4411	4651	4957	4796
	2831	± 1 680	1213	1166	2007	4428	726
Ur, kamera, fototjänster	650	720	1067	1457	671	1029	1051
	294	± 410	280	444	291	538	185
Resor, hotell	5588	6 980	7351	11669	8185	7260	8395
	2169	± 1 330	778	1291	2925	2067	586
Övrig fritid	4379	5 760	4904	7768	4045	5558	5885
	2107	± 1 300	674	1066	764	1663	510
Underhållning	605	950	967	1139	1291	1298	1025
	542	± 420	192	318	558	928	166
Böcker, tidningar, TV-licens etc.	4972	6 730	5088	6967	4414	4880	5962
	831	± 700	326	483	699	606	255
Mobiltelefon (samtal och abonnemang)	1944	1 720	1682	1464	1733	1784	1656
	401	± 270	138	212	572	394	108
Fast telefon (samtal och abonnemang)	1763	2 110	1544	1921	1476	1462	1790
	260	± 210	67	106	188	192	64

Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT) 2010-06-15

Tabell 2.5 Hushållsgrupp - andel av totala utgifter per hushåll år 2009, 95 % konfidensintervall

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sam- manboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
<b>Antal medverkande hushåll</b>	116	352	765	596	89	129	2 047
<b>Genomsnittligt antal personer</b>	2,6	1,0	3,9	2,0	4,6	2,9	2,1
<b>konsumtionsenheter</b>	1,77	1,00	2,39	1,51	2,92	2,08	1,57
<b>Beräknad populationsstorlek</b>	218 430 ± 26 600	1 515 210 ± 111 620	802 530 ± 33 140	1 160 050 ± 62 250	94 690 ± 18 740	211 630 ± 32 810	4 002 530 ± 75 760
<b>TOTALA UTGIFTERNA</b>	<b>254 080</b> ± 22 560	<b>169 010</b> ± 8 060	<b>406 910</b> ± 13 080	<b>304 950</b> ± 12 030	<b>456 110</b> ± 65 720	<b>334 920</b> ± 31 320	<b>276 320</b> ± 6 610
KÖPTA LIVSMEDEL	<b>15,2</b> ± 1,6	<b>12,9</b> ± 0,8	<b>13,7</b> ± 0,6	<b>14,0</b> ± 0,8	<b>16,0</b> ± 1,6	<b>15,4</b> ± 1,4	<b>13,7</b> ± 0,4
ALKOHOLFRIA DRYCKER	<b>1,4</b> ± 0,2	<b>1,1</b> ± 0,1	<b>1,0</b> ± 0,1	<b>1,0</b> ± 0,1	<b>1,3</b> ± 0,2	<b>1,2</b> ± 0,2	<b>1,1</b> ± 0,1
UTEMÅLTIDER	<b>2,8</b> ± 0,6	<b>3,9</b> ± 0,6	<b>3,6</b> ± 0,3	<b>3,2</b> ± 0,4	<b>2,9</b> ± 0,7	<b>3,7</b> ± 0,9	<b>3,6</b> ± 0,3
ALKOHOLHALTIGA DRYCKER (även lättöl)	<b>0,9</b> ± 0,5	<b>1,6</b> ± 0,3	<b>0,9</b> ± 0,1	<b>1,9</b> ± 0,2	<b>0,9</b> ± 0,4	<b>1,4</b> ± 0,4	<b>1,5</b> ± 0,2
TOBAK	<b>1,4</b> ± 0,7	<b>1,2</b> ± 0,4	<b>0,5</b> ± 0,1	<b>0,7</b> ± 0,2	<b>1,0</b> ± 0,5	<b>0,7</b> ± 0,3	<b>0,9</b> ± 0,2
FÖRBRUKNINGSVAROR	<b>3,3</b> ± 0,7	<b>2,3</b> ± 0,4	<b>2,5</b> ± 0,2	<b>2,4</b> ± 0,2	<b>2,5</b> ± 0,5	<b>2,3</b> ± 0,4	<b>2,4</b> ± 0,2
Personlig hygien	<b>1,7</b> ± 0,4	<b>1,3</b> ± 0,3	<b>1,5</b> ± 0,1	<b>1,3</b> ± 0,2	<b>1,5</b> ± 0,4	<b>1,1</b> ± 0,3	<b>1,4</b> ± 0,1
Övriga förbrukningsvaror	<b>1,5</b> ± 0,6	<b>0,9</b> ± 0,2	<b>1,0</b> ± 0,1	<b>1,1</b> ± 0,1	<b>1,0</b> ± 0,2	<b>1,2</b> ± 0,2	<b>1,0</b> ± 0,1
HUSHÅLLSTJÄNSTER	<b>4,7</b> ± 1,0	<b>4,0</b> ± 0,6	<b>6,2</b> ± 0,3	<b>4,3</b> ± 0,6	<b>4,8</b> ± 0,7	<b>4,4</b> ± 0,8	<b>4,6</b> ± 0,3
Barntillsyn	<b>0,8</b> ± 0,3	.	<b>1,9</b> ± 0,2	.	<b>0,4</b> ± 0,3	.	<b>0,4</b> ± 0,0
Fackavgift, övriga försäkringar	<b>2,3</b> ± 0,4	<b>2,0</b> ± 0,3	<b>2,8</b> ± 0,2	<b>1,9</b> ± 0,3	<b>3,0</b> ± 0,5	<b>2,7</b> ± 0,6	<b>2,2</b> ± 0,1
Övriga tjänster	<b>1,6</b> ± 0,9	<b>2,0</b> ± 0,5	<b>1,5</b> ± 0,2	<b>2,3</b> ± 0,5	<b>1,4</b> ± 0,5	<b>1,5</b> ± 0,6	<b>1,9</b> ± 0,3
KLÄDER OCH SKOR	<b>5,8</b> ± 1,2	<b>3,6</b> ± 0,7	<b>5,4</b> ± 0,5	<b>3,9</b> ± 0,5	<b>5,8</b> ± 1,5	<b>3,9</b> ± 0,9	<b>4,2</b> ± 0,3
Kläder	<b>4,9</b> ± 1,1	<b>3,0</b> ± 0,7	<b>4,2</b> ± 0,4	<b>3,3</b> ± 0,5	<b>4,4</b> ± 1,2	<b>3,3</b> ± 0,8	<b>3,5</b> ± 0,3
därav Utekläder	<b>0,8</b> ± 0,5	<b>0,7</b> ± 0,4	<b>0,8</b> ± 0,2	<b>0,7</b> ± 0,3	<b>0,8</b> ± 0,6	<b>1,0</b> ± 0,5	<b>0,7</b> ± 0,2
Övriga kläder	<b>3,0</b> ± 0,9	<b>1,7</b> ± 0,4	<b>2,4</b> ± 0,3	<b>1,9</b> ± 0,4	<b>2,6</b> ± 0,9	<b>1,6</b> ± 0,4	<b>2,0</b> ± 0,2
Underkläder	<b>0,6</b> ± 0,2	<b>0,4</b> ± 0,1	<b>0,6</b> ± 0,1	<b>0,4</b> ± 0,1	<b>0,6</b> ± 0,2	<b>0,5</b> ± 0,2	<b>0,5</b> ± 0,1
Accessoarer, hattar, mössor, vantar etc.	<b>0,3</b> ± 0,2	<b>0,2</b> ± 0,1	<b>0,2</b> ± 0,1	.	<b>0,2</b> ± 0,1	.	<b>0,2</b> ± 0,0
Skor	<b>0,8</b> ± 0,3	<b>0,6</b> ± 0,3	<b>1,1</b> ± 0,2	<b>0,7</b> ± 0,2	<b>1,4</b> ± 0,7	<b>0,6</b> ± 0,3	<b>0,7</b> ± 0,1
MÖBLER, INVENTARIER, TEXTILIER, HUSHÅLLSUTRUSTNING	<b>3,5</b> ± 0,8	<b>3,6</b> ± 0,7	<b>5,3</b> ± 0,5	<b>5,8</b> ± 0,7	<b>5,8</b> ± 1,9	<b>4,1</b> ± 1,0	<b>4,6</b> ± 0,3
Möbler och inventarier, mattor och andra golvbeläggningar	<b>1,2</b> ± 0,4	<b>1,8</b> ± 0,5	<b>2,2</b> ± 0,3	<b>2,2</b> ± 0,3	<b>2,8</b> ± 1,8	<b>1,5</b> ± 0,4	<b>2,0</b> ± 0,2
Textilier	.	<b>0,3</b> ± 0,2	<b>0,5</b> ± 0,2	<b>0,5</b> ± 0,2	<b>0,4</b> ± 0,3	<b>0,4</b> ± 0,3	<b>0,4</b> ± 0,3
Hushållsutrustning	<b>2,0</b> ± 0,6	<b>1,5</b> ± 0,3	<b>2,6</b> ± 0,3	<b>3,1</b> ± 0,5	<b>2,6</b> ± 0,7		

Forts.

Forts. Tabell 2.5 Hushållsgrupp - andel av totala utgifter per hushåll år 2009, 95 % konfidensintervall

	Ensam- stående med barn	Ensam- stående utan barn	Samman- boende med barn	Samman- boende utan barn	Övriga sam- manboende med barn	Övriga	Samtliga hushåll
BOSTAD	<b>31,7</b> ± 2,1	<b>35,9</b> ± 2,3	<b>24,8</b> ± 1,0	<b>25,4</b> ± 2,9	<b>20,9</b> ± 2,1	<b>27,0</b> ± 2,6	<b>29,6</b> ± 1,2
Hyra/avgift för hyres-/borätt (inkl garage)	<b>21,7</b> ± 2,8	<b>25,6</b> ± 2,4	<b>6,9</b> ± 0,9	<b>10,4</b> ± 1,5	<b>3,8</b> ± 2,2	<b>10,8</b> ± 3,2	<b>15,9</b> ± 1,1
Reparationer	<b>0,5</b> ± 0,4	<b>1,1</b> ± 0,6	<b>2,3</b> ± 0,4	<b>1,6</b> ± 0,4	<b>2,0</b> ± 1,0	<b>1,9</b> ± 1,1	<b>1,5</b> ± 0,3
Hem- och villaförsäkring	<b>0,6</b> ± 0,1	<b>0,9</b> ± 0,1	<b>0,7</b> ± 0,1	<b>0,9</b> ± 0,1	<b>0,8</b> ± 0,2	<b>0,8</b> ± 0,1	<b>0,8</b> ± 0,1
Tjänster förknippade med bostaden	<b>1,0</b> ± 0,4	<b>1,1</b> ± 0,3	<b>1,9</b> ± 0,2	<b>2,0</b> ± 0,2	<b>2,3</b> ± 0,5	<b>2,1</b> ± 0,6	<b>1,6</b> ± 0,1
Elektricitet, gas och andra bränslen	<b>3,8</b> ± 0,7	<b>4,2</b> ± 0,7	<b>4,5</b> ± 0,4	<b>4,7</b> ± 0,4	<b>5,1</b> ± 0,8	<b>5,0</b> ± 0,9	<b>4,4</b> ± 0,3
Räntor (brutto)	<b>3,7</b> ± 1,3	<b>2,9</b> ± 0,7	<b>8,0</b> ± 0,6	<b>5,2</b> ± 1,8	<b>6,0</b> ± 1,2	<b>5,7</b> ± 1,2	<b>4,8</b> ± 0,6
HÄLSO- OCH SJUKVÅRD	<b>1,9</b> ± 0,6	<b>1,9</b> ± 0,4	<b>2,0</b> ± 0,4	<b>2,8</b> ± 0,5	<b>2,3</b> ± 1,2	<b>1,5</b> ± 0,5	<b>2,1</b> ± 0,2
TRANSPORT	<b>11,2</b> ± 1,7	<b>9,2</b> ± 4,5	<b>15,6</b> ± 1,9	<b>14,6</b> ± 5,1	<b>16,9</b> ± 2,3	<b>16,2</b> ± 2,5	<b>12,7</b> ± 2,3
Inköp av bil	<b>1,2</b> ± 0,9	.	<b>4,5</b> ± 2,0	.	<b>3,6</b> ± 1,9	<b>3,3</b> ± 1,7	.
Inköp av övriga persontransport- medel	<b>1,0</b> ± 0,5	<b>0,9</b> ± 0,5	<b>1,0</b> ± 0,2	.	<b>1,6</b> ± 1,1	<b>1,0</b> ± 0,7	<b>1,3</b> ± 0,8
Drift av bil	<b>6,6</b> ± 1,3	<b>6,4</b> ± 0,8	<b>7,9</b> ± 0,5	<b>8,7</b> ± 0,8	<b>8,3</b> ± 1,2	<b>9,1</b> ± 1,7	<b>7,5</b> ± 0,4
Ränta (bil - brutto), bils katt	<b>0,6</b> ± 0,2	<b>0,6</b> ± 0,1	<b>0,7</b> ± 0,1	<b>0,8</b> ± 0,1	<b>1,0</b> ± 0,4	<b>0,8</b> ± 0,2	<b>0,7</b> ± 0,0
Drift av övriga persontransport- medel	<b>0,5</b> ± 0,3	<b>0,2</b> ± 0,1	<b>0,4</b> ± 0,1	<b>0,3</b> ± 0,1	<b>0,4</b> ± 0,2	<b>0,3</b> ± 0,2	<b>0,3</b> ± 0,1
Ränta (ej bil - brutto), fordonskatt (ej bil)	<b>0,0</b> ± 0,0	<b>0,0</b> ± 0,0	<b>0,0</b> ± 0,0	<b>0,0</b> ± 0,0	<b>0,0</b> ± 0,0	<b>0,0</b> ± 0,0	<b>0,0</b> ± 0,0
Lokalresor, transporttjänster	<b>1,4</b> ± 0,6	<b>2,1</b> ± 0,5	<b>1,2</b> ± 0,2	<b>1,5</b> ± 0,5	<b>2,0</b> ± 0,7	<b>1,7</b> ± 0,5	<b>1,7</b> ± 0,3
FRITID OCH KULTUR	<b>15,9</b> ± 1,9	<b>18,7</b> ± 1,9	<b>17,8</b> ± 0,8	<b>19,7</b> ± 1,5	<b>18,9</b> ± 1,8	<b>18,1</b> ± 1,6	<b>18,7</b> ± 0,9
Fritidsbostad	.	<b>1,5</b> ± 0,9	<b>0,5</b> ± 0,2	<b>1,1</b> ± 0,2	<b>0,3</b> ± 0,2	<b>0,5</b> ± 0,2	<b>1,1</b> ± 0,3
Radio och TV	<b>0,9</b> ± 0,2	<b>0,9</b> ± 0,2	<b>1,3</b> ± 0,1	<b>1,0</b> ± 0,2	<b>1,4</b> ± 0,4	<b>1,3</b> ± 0,4	<b>1,0</b> ± 0,1
Lek, sport, hobby	<b>1,9</b> ± 1,0	<b>1,7</b> ± 0,6	<b>3,0</b> ± 0,4	<b>1,7</b> ± 0,4	<b>2,6</b> ± 0,8	<b>1,9</b> ± 0,9	<b>2,0</b> ± 0,3
Ur, kamera, fototjänster	<b>0,4</b> ± 0,2	<b>0,3</b> ± 0,2	<b>0,6</b> ± 0,2	<b>0,6</b> ± 0,2	<b>0,5</b> ± 0,2	<b>0,5</b> ± 0,2	<b>0,5</b> ± 0,1
Resor, hotell	<b>3,3</b> ± 1,2	<b>3,7</b> ± 0,6	<b>4,0</b> ± 0,4	<b>5,2</b> ± 0,9	<b>5,2</b> ± 1,5	<b>4,1</b> ± 1,1	<b>4,2</b> ± 0,4
Övrig fritid	<b>2,3</b> ± 0,8	<b>3,3</b> ± 0,7	<b>2,7</b> ± 0,4	<b>3,7</b> ± 0,4	<b>2,8</b> ± 0,5	<b>3,3</b> ± 0,8	<b>3,3</b> ± 0,3
Underhållning	.	<b>0,5</b> ± 0,2	<b>0,5</b> ± 0,1	<b>0,5</b> ± 0,1	<b>0,7</b> ± 0,3	<b>0,7</b> ± 0,4	<b>0,5</b> ± 0,1
Böcker, tidningar, TV-licens etc.	<b>3,7</b> ± 0,5	<b>4,2</b> ± 0,4	<b>3,0</b> ± 0,2	<b>3,7</b> ± 0,3	<b>3,1</b> ± 0,4	<b>3,5</b> ± 0,5	<b>3,7</b> ± 0,2
Mobiltelefon (samtal och abonnemang)	<b>1,5</b> ± 0,3	<b>1,1</b> ± 0,2	<b>1,0</b> ± 0,1	<b>0,9</b> ± 0,3	<b>1,2</b> ± 0,4	<b>1,2</b> ± 0,3	<b>1,1</b> ± 0,1
Fast telefon (samtal och abonnemang)	<b>1,3</b> ± 0,2	<b>1,5</b> ± 0,2	<b>1,0</b> ± 0,1	<b>1,1</b> ± 0,1	<b>1,1</b> ± 0,2	<b>1,0</b> ± 0,2	<b>1,3</b> ± 0,1

Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT) 2010-06-15

**Tabell 2.6 Utgifter i kronor per person 2009, kvinnor och män 0 - 79 år**

	Kvinnor	Män	skillnad	
			kronor	andel
<b>Antal medverkande personer</b>	2893	2864		
<b>Beräknad populationsstorlek</b>	4 381 740	4 177 890		
			mäns konsumtion jämfört med kvinnors	
UTEMÅLTIDER	1820	2320	500	27%
ALKOHOLHALTIGA DRUCKER	130	240	110	85%
TOBAK	310	530	220	71%
FÖRBRUKNINGSVAROR	1250	300	-950	-76%
därav Personlig hygien	1200	290	-910	-76%
HUSHÅLLSTJÄNSTER	1800	770	-1030	-57%
därav Övriga tjänster	1750	760	-990	-57%
KLÄDER OCH SKOR	6850	3960	-2890	-42%
Kläder	5470	3210	-2260	-41%
därav Utekläder	1170	670	-500	-43%
Övriga kläder	3110	1980	-1130	-36%
Underkläder	760	280	-480	-63%
Accessoarer, hattar,	210	160	-50	-24%
Skor	1390	750	-640	-46%
HÄLSO- OCH SJUKVÅRD	2340	1800	-540	-23%
TRANSPORT	1050	1080	30	3%
därav Drift av bil	500	520	20	4%
Lokalresor, transporttjänster	490	400	-90	-18%
FRITID OCH KULTUR	3010	3010	0	0%
därav Lek, sport, hobby	1110	1710	600	54%
Underhållning	260	280	20	8%
Böcker, tidningar, TV-licens	640	240	-400	-63%

Anmärkning: Tabellen innehåller alla utgiftsområden för vilka SCB har beräknat skillnader mellan kvinnor och män

Källa: SCB Hushållens utgifter (HUT) 2010-06-15

Tabell 2.7 Kvinnor och ålder - utgifter i kronor per person år 2009

	Kvinnor						Alla
	0-12	13-19	20-29	30-49	50-64	65-	
<b>Antal medverkande personer</b>	581	361	266	906	464	315	2893
<b>Beräknad populationsstorlek</b>	582 820 ± 45 510	434 170 ± 47 310	581 430 ± 60 270	1 224 740 ± 64 210	882 550 ± 71 310	676 030 ± 59 340	4 381 740 ± 102 540
<b>UTEMÅLTIDER</b>	<b>240</b> ± 80	<b>2010</b> ± 1 760	<b>2360</b> ± 600	<b>2800</b> ± 410	<b>1890</b> ± 420	<b>710</b> ± 280	<b>1820</b> ± 240
<b>ALKOHOLHALTIGA DRYCKER (även lättöl)</b>	.	.	<b>360</b> ± 220	<b>140</b> ± 70	<b>110</b> ± 80	.	<b>130</b> ± 50
<b>TOBAK</b>	.	.	<b>290</b> ± 160	<b>590</b> ± 210	<b>480</b> ± 200	.	<b>310</b> ± 70
<b>FÖRBRUKNINGSVAROR</b>	<b>660</b> ± 150	<b>1170</b> ± 430	<b>1970</b> ± 610	<b>1580</b> ± 290	<b>1160</b> ± 340	<b>680</b> ± 310	<b>1250</b> ± 150
därav Personlig hygien	<b>640</b> ± 140	<b>1130</b> ± 420	<b>1900</b> ± 600	<b>1510</b> ± 280	<b>1130</b> ± 340	<b>670</b> ± 310	<b>1200</b> ± 150
<b>HUSHÅLLSTJÄNSTER</b>	<b>240</b> ± 140	<b>1110</b> ± 490	<b>1850</b> ± 1 090	<b>2760</b> ± 770	<b>2030</b> ± 600	<b>1510</b> ± 430	<b>1800</b> ± 300
därav Övriga tjänster	240 ± 140	1070 ± 490	1730 ± 1 070	2650 ± 740	2030 ± 600	1510 ± 430	1750 ± 290
<b>KLÄDER OCH SKOR</b>	<b>4230</b> ± 680	<b>5930</b> ± 1 190	<b>8100</b> ± 2 170	<b>9090</b> ± 1 870	<b>6390</b> ± 1 240	<b>5190</b> ± 1 180	<b>6850</b> ± 690
<b>Kläder</b>	<b>3260</b> ± 590	<b>4560</b> ± 900	<b>6540</b> ± 1 780	<b>7200</b> ± 1 520	<b>5220</b> ± 1 000	<b>4210</b> ± 1 020	<b>5470</b> ± 560
därav Utekläder	460 ± 180	610 ± 300	950 ± 870	2090 ± 1 110	1010 ± 490	890 ± 490	1170 ± 360
Övriga kläder	1670 ± 390	3110 ± 750	3820 ± 1 350	3740 ± 640	3300 ± 750	2340 ± 670	3110 ± 330
Underkläder	330 ± 110	620 ± 190	1060 ± 370	1040 ± 210	550 ± 220	730 ± 230	760 ± 100
Accessoarer, hattar, mössor, vantar etc.	200 ± 80	190 ± 110	410 ± 350	190 ± 80	170 ± 90	150 ± 100	210 ± 60
<b>Skor</b>	<b>960</b> ± 280	<b>1370</b> ± 590	<b>1550</b> ± 1 180	<b>1890</b> ± 760	<b>1180</b> ± 580	<b>980</b> ± 460	<b>1390</b> ± 310
<b>HÄLSO- OCH SJUKVÅRD</b>	<b>270</b> ± 110	<b>680</b> ± 300	<b>860</b> ± 330	<b>3430</b> ± 1 720	<b>3600</b> ± 1 250	<b>2840</b> ± 1 080	<b>2340</b> ± 570
<b>TRANSPORT</b>	<b>90</b> ± 60	<b>1430</b> ± 910	<b>1380</b> ± 710	<b>1140</b> ± 440	<b>1770</b> ± 1 250	.	<b>1050</b> ± 310
därav Drift av bil	.	.	470 ± 400	390 ± 350	.	.	500 ± 280
Lokalresor, transporttjänster	70 ± 50	660 ± 370	910 ± 590	610 ± 200	540 ± 280	120 ± 70	490 ± 120
<b>FRITID OCH KULTUR</b>	<b>2710</b> ± 520	<b>4440</b> ± 2 330	<b>3520</b> ± 1 540	<b>3750</b> ± 900	<b>2660</b> ± 760	<b>1050</b> ± 410	<b>3010</b> ± 440
därav Lek, sport, hobby	1710 ± 410	1480 ± 650	1460 ± 1 140	1240 ± 380	830 ± 500	.	1110 ± 230
Underhållning	150 ± 110	510 ± 230	300 ± 160	240 ± 80	280 ± 170	200 ± 150	260 ± 60
Böcker, tidningar, TV-licens etc.	470 ± 160	390 ± 150	710 ± 350	1010 ± 530	570 ± 190	300 ± 200	640 ± 160

Anmärkning: Tabellen innehåller alla utgiftsområden för vilka SCB har beräknat skillnader mellan kvinnor och män

Källa: SCB; Hushållens utgifter (HUT) 2010-06-15



Tabell 2.8 Män och ålder - utgifter i kronor per person år 2009, 95 % konfidensintervall

	Män						Alla
	0-12	13-19	20-29	30-49	50-64	65-	
<b>Antal medverkande personer</b>	611	394	239	805	499	316	2864
<b>Beräknad populationsstorlek</b>	605 080 ± 44 750	455 610 ± 43 880	498 270 ± 58 820	1 152 780 ± 71 730	863 490 ± 71 310	602 660 ± 53 670	4 177 890 ± 102 430
<b>UTEMÅLTIDER</b>	<b>290</b> ± 140	<b>1050</b> ± 350	<b>3620</b> ± 1 340	<b>4120</b> ± 650	<b>2370</b> ± 430	<b>740</b> ± 250	<b>2320</b> ± 270
<b>ALKOHOLHALTIGA DRYCKER (även lättöl)</b>	.	.	<b>430</b> ± 240	<b>340</b> ± 130	<b>330</b> ± 150	<b>120</b> ± 70	<b>240</b> ± 60
<b>TOBAK</b>	.	.	<b>650</b> ± 250	<b>900</b> ± 240	<b>730</b> ± 250	<b>330</b> ± 210	<b>530</b> ± 90
<b>FÖRBRUKNINGSVAROR</b>	<b>580</b> ± 140	<b>220</b> ± 110	<b>620</b> ± 520	<b>270</b> ± 80	<b>120</b> ± 60	<b>140</b> ± 80	<b>300</b> ± 70
därav Personlig hygien	<b>580</b> ± 140	<b>210</b> ± 110	<b>590</b> ± 520	<b>250</b> ± 80	<b>110</b> ± 60	<b>120</b> ± 80	<b>290</b> ± 70
<b>HUSHÅLLSTJÄNSTER</b>	<b>290</b> ± 130	<b>350</b> ± 190	<b>1610</b> ± 1 350	<b>1130</b> ± 480	<b>460</b> ± 190	<b>630</b> ± 270	<b>770</b> ± 220
därav Övriga tjänster	290 ± 130	350 ± 190	1610 ± 1 350	1110 ± 480	460 ± 190	630 ± 270	760 ± 220
<b>KLÄDER OCH SKOR</b>	<b>3600</b> ± 650	<b>5090</b> ± 1 260	<b>5520</b> ± 2 440	<b>4160</b> ± 1 150	<b>3740</b> ± 1 110	<b>2070</b> ± 640	<b>3960</b> ± 530
<b>Kläder</b>	<b>2790</b> ± 570	<b>4120</b> ± 1 090	<b>4810</b> ± 2 200	<b>3280</b> ± 1 020	<b>3030</b> ± 1 020	<b>1710</b> ± 570	<b>3210</b> ± 470
därav Utekläder	420 ± 220	1010 ± 670	770 ± 740	790 ± 690	780 ± 500	.	670 ± 250
Övriga kläder	1470 ± 360	2490 ± 740	3540 ± 1 910	1980 ± 540	1850 ± 720	990 ± 310	1980 ± 330
Underkläder	200 ± 70	260 ± 190	380 ± 300	380 ± 130	220 ± 120	160 ± 100	280 ± 60
Accessoarer, hattar, mössor, vantar etc.	180 ± 70	210 ± 120	.	130 ± 80	170 ± 150	140 ± 110	160 ± 50
<b>Skor</b>	<b>810</b> ± 270	<b>970</b> ± 510	<b>710</b> ± 660	<b>880</b> ± 390	<b>710</b> ± 320	<b>360</b> ± 230	<b>750</b> ± 170
<b>HÄLSO- OCH SJUKVÅRD</b>	<b>360</b> ± 330	<b>650</b> ± 520	<b>810</b> ± 640	<b>2130</b> ± 1 280	<b>1960</b> ± 660	<b>4070</b> ± 1 560	<b>1800</b> ± 450
<b>TRANSPORT</b>	<b>120</b> ± 90	<b>1210</b> ± 600	<b>2250</b> ± 1 220	<b>1590</b> ± 1 130	<b>740</b> ± 540	<b>460</b> ± 290	<b>1080</b> ± 380
därav Drift av bil	.	690 ± 520	1480 ± 1 140	.	.	.	520 ± 290
Lokalresor, transporttjänster	.	480 ± 300	620 ± 330	680 ± 620	190 ± 140	320 ± 190	400 ± 180
<b>FRITID OCH KULTUR</b>	<b>2820</b> ± 660	<b>3170</b> ± 910	.	<b>3820</b> ± 2 030	<b>1790</b> ± 600	<b>2570</b> ± 1 720	<b>3010</b> ± 790
därav Lek, sport, hobby	2060 ± 580	1840 ± 620	.	2480 ± 2 000	610 ± 310	.	1710 ± 640
Underhållning	150 ± 90	290 ± 180	610 ± 430	320 ± 110	170 ± 90	200 ± 150	280 ± 70
Böcker, tidningar, TV-licens etc.	270 ± 100	390 ± 190	190 ± 110	220 ± 80	240 ± 100	180 ± 110	240 ± 50

Anmärkning. Tabellen innehåller alla utgiftsområden för vilka SCB har beräknat skillnader mellan kvinnor och män.

Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT) 2010-06-15

**Tabell 2.9 Utgifter för kvinnor 0-79 år, 2005-2009**

	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
Utemåltider	1280	1920	1 880	1 960	1 820
ALKOHOLHALTIGA DRYCKER (även lättöl)	150	160	150	130	130
TOBAK	320	400	290	390	310
FÖRBRUKNINGSVAROR	970	1000	910	1 240	1 250
Personlig hygien	940	980	870	1 190	1 200
HUSHÅLLSTJÄNSTER	2180	1620	1 750	1 820	1 800
Övriga tjänster	2160	1590	1 720	1 780	1 750
KLÄDER OCH SKOR	6600	5680	6 980	6 940	6 860
Kläder	5570	4620	5 710	5 730	5 470
Utekläder	620	490	600	1 200	1 170
Övriga kläder	3340	2740	3 340	3 370	3 110
Underkläder	760	590	630	710	760
Accessoarer, hattar, mössor, vantar etc.	180	120	210	260	210
Skor	1030	1040	1 270	1 210	1 390
HÄLSO- OCH SJUKVÅRD	2330	2500	2 460	2 500	2 340
TRANSPORT	910	1350	840	1 160	1 050
Drift av bil	240	520	240	440	500
Lokalresor, transporttjänster	580	800	550	670	490
FRITID OCH KULTUR	2780	2950	2 410	2 870	3 010
Lek, sport, hobby	1080	1060	990	1 100	1 110
Underhållning	190	180	190	240	260
Böcker, tidningar, TV-licens etc.	580	770	470	570	640

Källa: Hushållens utgifter (HUT) publicering 2010-12-08

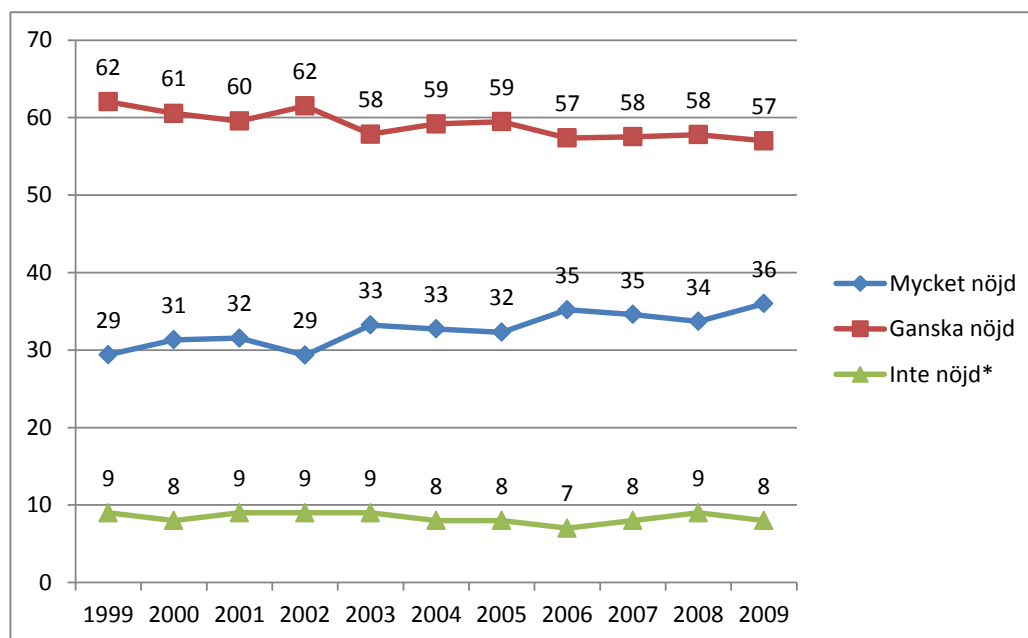
**Tabell 2.10 Utgifter för män 0-79 år, 2005-2009**

	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
Utemåltider	2150	2190	2 170	2 830	2 320
ALKOHOLHALTIGA DRYCKER (även lättöl)	400	340	260	280	240
TOBAK	660	540	530	530	530
FÖRBRUKNINGSVAROR	220	270	220	300	300
Personlig hygien	190	240	210	270	290
HUSHÅLLSTJÄNSTER	880	710	790	940	770
Övriga tjänster	870	700	770	920	760
KLÄDER OCH SKOR	3620	2710	3 680	4 950	3 960
Kläder	3040	2320	3 000	4 230	3 210
Utekläder	380	320	430	1 090	670
Övriga kläder	1950	1520	1 820	2 570	1 980
Underkläder	210	170	220	290	280
Accessoarer, hattar, mössor, vantar etc.	150	130	170	130	160
Skor	570	390	680	720	750
HÄLSO- OCH SJUKVÅRD	2060	1370	1 600	1 790	1 800
TRANSPORT	1550	1560	1 640	1 100	1 080
Drift av bil	980	840	1 130	550	520
Lokalresor, transporttjänster	340	400	380	420	400
FRITID OCH KULTUR	2590	2870	2 430	3 150	3 010
Lek, sport, hobby	1100	1420	1 230	1 620	1 710
Underhållning	200	170	170	240	280
Böcker, tidningar, TV-licens etc.	420	480	400	520	240

Källa: Hushållens utgifter (HUT) publicering 2010-12-08

## BILAGA 3 VÄLBEFINNANDE

Figur 3.1. Tillfredsställelse med livet 1999-2009. Andel mycket, ganska och inte nöjda



\* Sammanslagning av alternativen "inte särskilt nöjd" och "inte alls nöjd"

Källa: SOM-institutet, Göteborgs universitet

Tabell 3.1. Tillfredsställelse med livet 1999-2009. Andel mycket, ganska och inte nöjda (procent)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Mycket nöjd	29	31	32	29	33	33	32	35	35	34	36
Ganska nöjd	62	61	60	62	58	59	59	57	58	58	57
Inte nöjd*	9	8	9	9	9	8	8	7	8	9	8

\* sammanslagning av alternativen "inte särskilt nöjd" och "inte alls nöjd"

Källa: SOM-institutet, Göteborgs universitet

## BILAGA 4 EKOLOGISKA LIVSMEDEL

Tabell 4.1 Andel miljömärkta livsmedel och förbrukningsvaror 2005-2009, 95% konf.intervall

	2005	2006	2007	2008	2009
Antal medverkande hushåll	2 079	1 972	2 254	2 120	2 047
<b>Genomsnittligt antal</b>					
personer	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1
konsumtionsenheter	1,57	1,59	1,57	1,58	1,57
Beräknad populationsstorlek	3 883 910 ±68 480	3 988 100 ± 74 600	3 977 510 ± 68 310	3 984 880 ±72 960	4 002 530 ± 75 760
<b>TOTALA UTGIFTERNA</b>	<b>261 310</b> ±6 500	<b>263 310</b> ± 6 240	<b>338 800</b> ± 10 160	<b>355 280</b> ±14 010	<b>276 320</b> ± 6 610
<b>KÖPTA LIVSMEDEL</b>	<b>2,2</b> ±0,3	<b>2,2</b> ± 0,3	<b>2,7</b> ± 0,3	<b>3,4</b> ±0,4	<b>3,5</b> ± 0,4
<b>Bröd, spannmålsprodukter</b>	<b>1,8</b> ±0,4	<b>2,0</b> ± 0,5	<b>2,2</b> ± 0,5	<b>2,3</b> ±0,5	<b>2,2</b> ± 0,4
<b>Kött</b>	<b>1,1</b> ±0,4	<b>1,0</b> ± 0,4	<b>1,1</b> ± 0,4	<b>1,2</b> ±0,4	<b>1,4</b> ± 0,4
<b>Mjök, ost och ägg</b>	<b>5</b> ±0,7	<b>5,8</b> ± 0,8	<b>6,4</b> ± 0,8	<b>7</b> ±0,9	<b>7,6</b> ± 0,9
Standardmjök (fett >=1,5%)	6,7 ±1,7	6,0 ± 1,7	5,5 ± 1,5	8,8 ±2,1	10,8 ± 2,5
Mellan- och lättmjök (fett <1,5%)	11,9 ±1,8	11,2 ± 1,7	14,9 ± 1,8	16,3 ±2,0	16,8 ± 2,1
Filmjök och yoghurt	7,6 ±1,4	9,8 ± 1,6	8,0 ± 1,4	7,1 ±1,2	9,9 ± 1,5
Ägg	14,4 ±2,3	12,5 ± 2,2	14,1 ± 2,1	17,7 ±2,4	18,5 ± 2,4
<b>Oljor och fetter</b>	<b>2,1</b> ±0,9	<b>1,4</b> ± 0,6	<b>2,0</b> ± 0,7	<b>4</b> ±1,1	<b>3,4</b> ± 1,0
<b>Frukt och bär</b>	<b>2,3</b> ±0,6	<b>2,3</b> ± 0,6	<b>4,3</b> ± 0,8	<b>5,6</b> ±0,8	<b>4,9</b> ± 0,8
Bananer	6,3 ±1,5	6,0 ± 1,3	11,4 ± 1,7	17 ±2,2	11,8 ± 1,9
<b>Grönsaker</b>	<b>2,3</b> ±0,5	<b>2,6</b> ± 0,5	<b>3,0</b> ± 0,6	<b>4,3</b> ±0,7	<b>4,2</b> ± 0,7
Soppor, sallader, grönsaksrätter	2 ±0,8	2,3 ± 0,9	1,9 ± 0,6	3,3 ±1,1	3,4 ± 1,1
Rotfrukter	9,4 ±2,2	7,4 ± 1,8	10,3 ± 2,0	13,5 ±2,2	8,0 ± 1,8
Potatis	2,1 ±0,9	1,6 ± 0,8	1,9 ± 0,6	3,5 ±1,2	3,0 ± 1,1
<b>FÖRBRUKNINGSVAROR</b>	<b>4,1</b> ±0,7	<b>4,6</b> ± 0,9	<b>3,3</b> ± 0,7	<b>3,5</b> ±0,7	<b>3,6</b> ± 0,7
Personlig hygien	0,8 ±0,4	0,8 ± 0,4	0,4 ± 0,3	0,6 ±0,4	1,4 ± 0,6
Övriga förbrukningsvaror	6,9 ±1,1	7,5 ± 1,1	5,6 ± 1,0	5,7 ±0,9	5,4 ± 0,9

Källa: SCB, Hushållens utgifter (HUT)

## BILAGA 5 KATEGORISERING AV HUSHÄLLENS KONSUMTION I NATIONALRÄKENSKAPERNA

Kategorisering av hushållenskonsumtionsutgifter enligt FN:s klassificeringssystem COICOP

<b>LIVSMEDEL OCH ALKOHOLFRIA DRYCKER</b>	<b>01</b>
<b>Livsmedel</b>	<b>011</b>
Bröd och övriga spannmålsprodukter	0111
Kött	0112
Fisk och skaldjur	0113
Mjolk, ost och ägg	0114
Oljor och fetter	0115
Frukt och bär	0116
Grönsaker	0117
Sötsaker, socker	0118
Såser, kryddor, jäst, soppor, snacks m m	0119
<b>Alkoholfria drycker</b>	<b>012</b>
Kaffe, te och choklad	0121
Mineralvatten, läskedrycker, frukt- & grönsaksjuicer	0122
<b>ALKOHOLHALTIGA DRYCKER, TOBAK OCH NARKOTIKA</b>	<b>02</b>
<b>Alkoholhaltiga drycker</b>	<b>021</b>
Spritdrycker	0211
Vin	0212
Öl	0213
<b>Tobak</b>	<b>022</b>
<b>Narkotika</b>	<b>023</b>
<b>KLÄDER OCH SKOR</b>	<b>03</b>
<b>Kläder</b>	<b>031</b>
Material för klädesplagg	0311
Ekipering (herr- dam- och barnkläder)	0312
Övriga klädesplagg och tillbehör	0313
Skrädderiarbeten, tvätt & uthyrning av kläder	0314
<b>Skor</b>	<b>032</b>
Herr-, dam- och barnskor och stövlar	0321
Lagning och uthyrning av skor	0322
<b>BOSTAD</b>	<b>04</b>
Faktiskt betalda hyror för bostäder	041
<i>Används ej</i>	042
Underhåll och reparationer av bostaden	043
Vatten, renhållning och andra tjänster för bostaden	044
Elektricitet, gas och andra bränslen	045
<b>INVENTARIER, HUSHÅLLSUTRUSTNING OCH RUTINUNDERHÅLL AV BOSTADEN</b>	<b>05</b>
Möbler och inventarier, mattor och andra golvbeläggningar	051
Hushållstextilier	052
Hushållsutrustning (kylskåp, element, brödrost m m)	053
Glas, porslin och bestick samt övrigt husgeråd	054
Verktyg och redskap för hus och trädgård	055
Varor och tjänster för rutinmässigt underhåll	056
<b>HÄLSOVÅRD</b>	<b>06</b>
Medicinska produkter och utrustning (mediciner, hälsokost, glasögon m m)	061
Öppen sjukvård (läkarvård, tandvård m m)	062
Sjukhusvård	063

Källa: SCB

<b>TRANSPORT</b>	<b>07</b>
<b>Inköp av fordon</b>	<b>071</b>
Inköp av bil	0711
Inköp av övriga persontransportmedel	0712-0714
<b>Drift av persontransportmedel</b>	<b>072</b>
Reservdelar och tillbehör	0721
Bränslen och smörjmedel	0722
Underhåll och reparationer för persontransportmedel	0723
Andra tjänster (hyrbil, parkering, besiktning mm)	0724
<b>Transporttjänster</b>	<b>073</b>
Passagerartransport med järnväg	0731
Passagerartransport på landsväg (buss & taxi)	0732
Passagerartransport med flyg	0733
Passagerartransport på hav och inre vattenvägar	0734
Kombinerad passagerartransport	0735
Andra transporttjänster (frakt, bilråddning)	0736
<b>KOMMUNIKATIONER</b>	<b>08</b>
Posttjänster	081
Fast och mobil telefoni & internet - utrustning	082
Fast och mobil telefoni & internet - tjänster	083
<b>REKREATION OCH KULTUR</b>	<b>09</b>
Radio, TV, CD, DVD, Dator, Kamera, UR mm	091
Varaktiga konsumtionsvaror för rekreation och kultur	092
Husvagn, båt, sportflygplan, djur (får, höns, häst)	0921
Musikinstrument och andra varor för inomhusbruk	0922
Varor och utrustning för rekreation, trädgård & husdjur	093
Tjänster för rekreation och kultur (idrotsevenemang, bio m m)	094
Tidningar, böcker och skrivmaterial	095
Paketresor	096
<b>UTBILDNING</b>	<b>10</b>
Förskole-, låg och mellanstadieutbildning	101
Högstadi- och gymnasieutbildning	102
Eftergymnasial utbildning	103
Grund- och forskarutbildning inom högre utbildning	104
Ej nivåknuten utbildning	105
<b>RESTAURANG OCH HOTELL</b>	<b>11</b>
Catering (restaurang, café, servering)	111
Inkvarterings tjänster (hotell, camping, vandrarhem)	112
<b>DIVERSE VAROR OCH TJÄNSTER</b>	<b>12</b>
Personlig vård (frisör, solarium, rakapparat, toalettpapper m m)	121
<i>Används ej</i>	122
Personliga tillhörigheter (smycken, klocka, paraply m m)	123
Social trygghet (hemtjänst, barnomsorg m m)	124
Försäkringar	125
Finansiella tjänster (bank och giro)	126
Övriga tjänster (begravning, deklaration, böter m m)	127

Källa: SCB

## BILAGA 6 KATEGORISERING AV HUSHÄLLENS UTGIFTER I HUT-UNDERSÖKNINGEN

SCB:s undersökning av hushållens utgifter:

- I: Utgifterna är hämtade från telefonintervju  
 K: Utgifterna är hämtade från kassabokföring  
 I,K: Utgifterna är hämtade från både telefonintervju och kassabokföring  
 R: Utgifterna är hämtade från register

COICOP-koder som börjar på 01-12 ingår i den ordinarie COICOP-koden. COICOP-koder utöver dessa ingår enbart i denna undersökning.

<b>K</b>	<b>KÖPTA LIVSMEDEL</b>		
<b>K</b>	<b>Bröd, spannmålsprodukter</b>		
K	Ris och produkter av ris	01111	Ris och produkter av ris
K	Därav Ris	0111101	Ris
K	Risprodukter	0111102	Risprodukter
K	Pasta och produkter av pasta	01113	Pastaprodukter
K	Mjöl, gryn	01115	Mjöl, gryn
K	Matbröd	01112	Matbröd
K	Därav Hårt bröd	01112	Hårt bröd
K	Mjukt vitt matbröd	011120403	Mjukt vitt bröd
K	Mjukt grovt/mörkt matbröd	011120401	Mjukt grovt/mörkt bröd
K	Mjukt ljust matbröd	011120402	Mjukt ljust bröd
K	Matbröd ospec	011120400	Mjukt bröd ospec
K	Bakverk	01114	Bakverk
<b>K</b>	<b>Kött</b>		
K	Färskt, kylt eller fryst nöt- och kalvkött	01121	Färskt, kylt eller fryst kött från nötkreatur
K	Färskt, kylt eller fryst griskött	01122	Färskt, kylt eller fryst kött från svin
K	Färskt, kylt eller fryst övrigt kött	01123	Färskt, kylt eller fryst kött från får och get
		01127	Annat färskt, kylt eller fryst ätligt kött
K	Färskt, kylt eller fryst fågel	01124	Färskt, kylt eller fryst kött från fjäderfä
K	Torkat, saltat eller rökt nöt- och kalvkött	0112501	Torkat, saltat eller rökt kött från nötkreatur
K	Torkat, saltat eller rökt griskött	0112502	Torkat, saltat eller rökt kött från svin
K	Torkat, saltat eller rökt övrigt kött	0112503	Torkat, saltat eller rökt kött från fjäderfä
K	Kött, korv och korvpålägg	0112506	Korv och korvpålägg
K	Sylta, pastej, paté, charkvaror	0112505	Sylta
		0112507	Pastej och paté
		0112508	Charkvaror och övrigt ospec
K	Köttträtter o. övr köttprod.	0112601	Färdiga rätter av kött, halvfabrikat av kött - ej barnmat
		0112602	Barnmat med kött (färdigrätter, halvfabrikat)
K	Kött - ospec	0112xxxx	Kött
		01125xxxx	Torkat, saltat eller rökt kött och ätliga slaktbiprodukter
		01126xxxx	Annat konserverad eller beredd kött samt beredningar av kött
		0112504	Torkat, saltat eller rökt kött från vilt



<b>K</b>	<b>Fisk och skaldjur</b>		
K	Färsk, kyld eller fryst fisk	01131	Färsk, kyld eller fryst fisk
K	Därav Torskfisk	0113102	Torsk
K	Laxfisk	0113103	Lax
K	Sill, strömming	0113101	Sill, strömming
K	Övrig fisk	0113104	Flatfisk
		0113105	Övrig färsk, kyld eller fryst fisk
K	Skaldjur	01132	Färska, kylda eller frysta skaldjur
K	Kaviar, rom, andra fiskprodukter	0113403	Kaviar, rom, fiskpastej
K	Fisk och skaldjursrätter o. övriga fisk och skaldjursprodukter	0113404	Färdigrätter/halvfabrikat av fisk
		0113405	Barnmat (färdigrätter, halvfabrikat) av fisk
		01133	Torkad, rökt eller saltad fisk och skaldjur
		0113401	Konserverad och inlagd fisk
		0113402	Konserverade och inlagda skaldjur
		0113406	Färdigrätter/halvfabrikat av skaldjur
K	Fisk och skaldjur - ospec	01131xxxx	Färsk, kyld eller fryst fisk
		01134xxxx	Annan konserverad eller beredd fisk och skaldjur samt beredningar av fisk och skaldjur
<b>K</b>	<b>Mjölk, ost och ägg</b>		
K	Standardmjölk (fett >=1,5%)	01141	Mjölk >= 1,5 %
K	Mellan- och lättmjölk (fett <1,5%)	01142	Mjölk < 1,5 %
K	Mjölkpulver, konserverad mjölk	0114602	Mjölkpulver, gräddpulver (ej efterrätter, mjölkersättning)
		0114603	Mjölkbaserade efterrätter, sötade mjölkpulver
		01143	Konserverad mjölk
K	Fil och yoghurt	0114401	Yoghurt/ filmjölk sötad/med frukt
		0114402	Yoghurt/filmjölk osötad/naturell
K	Grädde, gräddfil, crème fraiche (fett>=29%)	011460102	Grädde, gräddfil, crème fraiche > 29 %
K	Grädde, gräddfil, crème fraiche (fett<29%)	011460101	Grädde, gräddfil, crème fraiche 10 - 29 %
		011460103	Grädde, gräddfil, crème fraiche 0 - 9 %
K	Ost (fett >=17%)	011450102	Hårdost > 17 %
K	Ost (fett <17%)	011450101	Hårdost < 17 %
		0114502	Kvarg
		0114503	Dessertost
		0114504	Smältost, mesost, messmör
		0114505	Ostkaka, ostpaj
K	Ägg	0114701	Ägg
		0114702	Äggpulver
		0114703	Äggprodukt uteslutande av ägg
K	Mjölk, ost och ägg - ospec	0114xxxxx	Mjölk, ost och ägg - ospec
		01146xxxx	Andra mjölkprodukter - ospec
<b>K</b>	<b>Oljor och fetter</b>		
K	Därav Smör	0115101	Smör
		0115102	Bregott mellan
		0115103	Kryddsmör

<b>K</b>	<b>Oljor och fetter forts.</b>		
K	Margarin (fett>=40%)	0115201	Margarin, ej flytande
		0115202	Flytande margarin
		0115203	Bordsmargarin, ej lättmargarin
K	Margarin (fett<40%)	0115204	Bordsmargarin lätt
K	Olivolja, matolja, majonnäs	01153	Olivolja
		01154	Olja (ej olivolja), majonnäs
<b>K</b>	<b>Frukt och bär</b>		
K	Äpplen	01163	Äpplen (färska, kylda eller frysta)
K	Päron	01164	Päron (färska, kylda eller frysta)
K	Bananer	01162	Bananer (färska, kylda eller frysta)
K	Citrusfrukter	01161	Citrusfrukter (färska, kylda eller frysta)
K	Övrig färsk frukt	01165	Stenfrukter (färska, kylda eller frysta), fikon färska
		01167	Annan färsk frukt (färska, kylda eller frysta)
K	Torkad frukt o. bär, nötter	0116801	Torkad frukt
		0116802	Frön och nötter
K	Bär	0116601	Bär, ej vindruvor
		0116602	Druvor
K	Frukt o. bärkonserv, soppor	01169	Konserverad frukt och fruktbaseade produkter
K	Frukt och bär - ospec	0116xxxxx	Frukt - ospec
<b>K</b>	<b>Grönsaker</b>		
K	Därav Sallad, olika sorter	01171	Blad- och stamgrönsaker (färska, kylda el frysta)
K	Kål	01172	Kål (Färsk eller kyld)
K	Grönsaker som odlas för frukten	01173	Grönsaker som odlas för fruktens
K	Lök, purjolök	0117402	Lökgrönsaker
K	Svamp	0117403	Svamp
K	Soppor, sallader, grönsaksrätter	0117601	Andra konserv. eller behandl. grönsaker - ej barnmat
		0117602	Barnmat grönsaker
K	Rotfrukter	0117401	Rotfrukter
		0117801	Andra rotknölar och varor från rotknölar
K	Potatis	01177	Potatis
K	Potatisprodukter (pommes frites mm)	0117802	Friterad potatis ej chips
		0117804	Potatismos, rotmos etc.
		0117805	Potatismjöl
		0117806	Beredningar av potatis
K	Grönsaker - ospec	0117xxxxx	Grönsaker
<b>K</b>	<b>Sötsaker, socker</b>		
K	Socker, sirap, honung, sötningsmedel	01181	Socker
K	Sylt, marmelad, mos	01182	Sylter och marmelader
K	Glass	01185	Glass
K	Övriga sötsaker, godis, choklad	01186	Andra sockerprodukter
		01183	Choklad
		01184	Godis
		0119302	Dessertberedningar (ej av choklad)
		0119304	Barnmat dessert
<b>K</b>	<b>Såser, dressingar, kryddsåser</b>	01191	Såser och smaksättningsmedel
<b>K</b>	<b>Salt och kryddor</b>	01192	Salt, kryddor och kryddväxter

<b>K</b>	<b>Bakpulver, övr. hushållstillsatser, bulj.</b>	0119301	Jäst, bakpulver etc.
		011930301	Soppor
		011930302	Buljong
		0119402	Askorbinsyra
		0119403	Gelatin
		0119404	Karamellfärg
<b>K</b>	<b>Snacks</b>	0119401	Snacks
		0117803	Potatischips
<b>K</b>	<b>Ospec livsmedel</b>	011xxxxxx	Livsmedel ospecificerat
<b>K</b>	<b>ALKOHOLFRIA DRYCKER</b>	012	Alkoholfria drycker
<b>K</b>	<b>Frukt- och grönsaksjuice, nektar</b>	01223	Fruktjuicer, nektar
		01224	Grönsaksjuicer
<b>K</b>	<b>Läskedrycker</b>	01222	Läskedrycker och saft
<b>K</b>	<b>Mineral- och sodavatten</b>	01221	Bordsvatten
<b>K</b>	<b>Kaffe</b>	01211	Kaffe
<b>K</b>	<b>Te</b>	01212	Te
<b>K</b>	<b>Kakao</b>	01213	Kakao och chokladpulver
<b>K</b>	<b>UTEMÅLTIDER</b>	1111101	Middag restaurang
		1111102	Avhämtning, hämtmat
		1111201	Mat köpt på disco, pub, dans, fest etc.
		1111202	Fika, kafé, kondis
		1111203	Mat köpt på tivoli, kafé, bar mm (ej inträde: 0941104)
		11121	Serveringar på skolor, arbetsplatser etc.
<b>K</b>	<b>ALKOHOLHALTIGA DRYCKER</b>	021	Alkoholhaltiga drycker (även lättöl)
<b>K</b>	<b>TOBAK</b>	022	Tobak
<b>K</b>	<b>FÖRBRUKNINGSVAROR</b>		
<b>K</b>	Personlig hygien	1213101	Icke-elektriska redskap för personlig vård
		1213102	Personlig hygien
		1213103	Skönhetsprodukter, kosmetika, parfym, deodor.
		1213105	Mensskydd
		1213106	Blöjor
		121310401	Pappersnäsdukar
		121310402	Bomull
<b>K</b>	Övriga förbrukningsvaror	121310403	Toalettpapper
		056xxxxxx	Varor och tjänster för rutinmässigt underhåll
		0561xxxxx	Icke varaktiga hushållsvaror
		05611	Rengörings- och underhållsprodukter (ej personlig)
		05612xxxx	Andra icke varaktiga hushållsartiklar
		0561201	Påsar, folie, bakplåtspapper, formar, hushållspapper..
		0561202	Artiklar för rengöring - ej personlig rengöring
		0561203	Övriga icke varaktiga hushållsartiklar
<b>I, K</b>	<b>HUSHÅLLSTJÄNSTER</b>		
<b>I, K</b>	Barn tillsyn	1241201	Privat barnomsorg
		1241202	Kommunal barnomsorg
		1241203	Privat barn tillsyn/barnvakt
		1241204	Korttidshem
		1241205	Kyrkans förskola
		1241206	Kooperativ barnomsorg
		1241207	Lekpark
		1241208	Montessori

**I, K HUSHÅLLSTJÄNSTER, forts.**

K, R	Fackavgift, övriga försäkringar (ej fordons-, hem-, villa- och fritidshusförsäkring)	211	Arbetslöshetskassa, fackföreningsavgift
		213	Intyg till försäkringskassan
		12531	Sjuk- och olycksfallsförsäkring, inkl grupp- och barnförsäkring
		1255101	Allriskförsäkring
		1255102	Husdjursförsäkring
		1255103	Sakförsäkring
		1255104	Reseförsäkring
		1255105	Pensionsförsäkring
		1255106	Fritidsförsäkring
		212	Medlemsavgifter (ej fackförening, ej idrottsförening)
I, K	Övriga tjänster	1211101	Hudbehandling
		1211102	Frisör
		1211103	Solarium
		1211104	Medium
		1211105	Tatuering
		223	Ränteutgifter, csn
		224	Ränteutgifter, övrigt
		241	Gåvor, privatpersoner
		242	Gåvor, organisationer/kollekt etc.
		10111	Förskole-, låg- och mellanstadieutbildning
		10211	Högstadi- och gymnasieutbildning
		1031101	Kåravgift
		1031102	Högskoleprovet
		10511	Ej nivåknuten utbildning
		1241101	Privat hemtjänst/hemhjälp
		1241102	Kommunal hemtjänst/hemhjälp
		1241103	Tolk
		1241104	Dagvård
		1262101	Bankavgift
		1262102	Bankfack
		1262103	Kontokort/betalkortsavg
		1262104	Postgiroavgift
		1271101	Begravning
		1271102	Adressändring
		1271103	Advokat
		1271104	Deklarationshjälp
		1271105	Byggnadslov
		1271106	Aviseringsavgift
		1271107	ID-kortsavg
		1271108	Kronofogden
		1271109	Catering, ej mat
		1271111	Legavgift, passavgift
		1271112	Böter
		1271113	Toalettbesök, skåpförvaring, dusch camping etc.
		1271114	Annons
		1271115	Värdering av hus, antikviteter etc.

<b>K</b>	<b>KLÄDER OCH SKOR</b>		
<b>K</b>	<b>Kläder</b>	0312	Jackor, kappor, rockar, överrockar
<b>K</b>	Därav Utekläder	0312	Päls- och skinnkläder
		0312	Regnplagg, överdragskläder
		0312	Dräkter, klänningar, kjolar
<b>K</b>	Övriga kläder, ej underkläder	0312	Kavajer, kostymer
		0312	Jeans, övriga byxor
		0312	Barnkläder, babykläder
		0312	Idrotts- och badkläder
		0312	Morgonrockar, nattkläder
		0312	Blusar, skjortor
		0312	Tröjor
		0312	Underkläder
<b>K</b>	Underkläder	0312	Stumpor
		031310101	Handskar, vantar - ej skinn/gummi
<b>K</b>	Accessoarer, mössor, handskar vantar, halsdukar etc.	031310102	Skärp, livrem - ej skinn
		031310103	Hattar, mössor, kepsar
		031310104	Accessoarer, halsdukar
		031310201	Handskar, vantar - skinn
		031310202	Skärp, livrem - skinn
		03	<i>Tyger, skrädderiarbeten</i>
	<i>Övriga beklädnadsartiklar (redovisas inte för sig, men ingår i totalsumma för kläder)</i>	03	<i>Sybehör</i>
		03	<i>Kläder ospec</i>
<b>K</b>	<b>Skor</b>	032	Skodon
		032	Pjäxor, stövlar
		032	Sportskor
		032	Lågskor
		032	Sandaler, tofflor
		032	Gummistövlar
		032	Sulor, lagning
<b>I,K,R</b>	<b>BOSTAD</b>		
<b>I</b>	Hyra/avgift för hyres-/borätt (inkl garage)	0411	Faktiskt betalda hyror från hyresgäster, borätter (inkl garage)
		0412	Övriga faktiskt betalda hyror för bostäder
<b>I</b>	Reparationer	043	Underhåll och reparationer av bostaden
<b>I</b>	Hem- och villaförsäkring	1252101	Hemförsäkring borätt/hyresrätt
		1252103	Hem- och villaförsäkring
<b>I, K</b>	Vattenförsörjning och diverse andra tjänster förknippade med bostaden	0562203	slamsugning
		0441	Vattenförsörjning
		0442	Sophämtning
		0443	Avloppsrensning
		0444	Andra tjänster förknippade med bostaden, ej tidigare nämnda
<b>I</b>	Elektricitet, gas och andra bränslen	045	Elektricitet, gas och andra bränslen
<b>I</b>	Räntor (brutto)	221	Ränteutgifter, boende
<b>R</b>	Fastighetsskatt	266000000	Fastighetsskatt egna hem
<b>R</b>	Tomträttsavgäld	041210100	Tomträttsavgäld

I, K	<b>MÖBLER OCH INVENTARIER, MATTOR OCH ANDRA GOLVBELÄGGNINGAR</b>	051xxxxxx	Möbler och inventarier, mattor och andra golvbeklägningar -ospec
I, K	Möbler och inventarier, mattor och andra golvbeklägningar	05111xxxx	Möbler och inventarier - ospec
		0511101	Soffa
		0511102	Fåtölj
		051110301	Stol
		051110302	Pall, sittdyna
		0511104	Bord
		0511105	Säng
		0511106	Hylla
		0511107	Förvaringsmöbler
		0511108	Trädgårdsmöbel
		0511109	Lampa
		051111	Tavla
		0511111	Persienn
		0511112	Prydnadsaker, blomkrukor, inredningsartiklar, ej konstglas/keramik
		0511113	Spegel
		0511114	Dörr, vikedörr, skjutdörr
		0512xxxxx	Mattor och andra golvbeklägningar - ospec
		05121	Matta
		0513xxxxx	Reparationer av möbler och golvbeklägningar - ospec
		0513101	Reparation möbler
		0513102	Reparation golvbeklägningar
K	Textilier	052xxxxxx	Hushållstextilen - ospec
		0521101	Påslakan, örngott, underlakan
		0521102	Täckan, kuddar, filter, överkast
		0521103	Madrasser
		0521104	Dukar, gardiner
		0521105	Handdukar
		0521106	Övriga textilier
I, K	Hushållsutrustning	053xxxxxx	Hushållsutrustning - ospec
		0531xxxxx	Större hushållsutrustning, både elektrisk och övrig - ospec
		05311	Kylskåp, frysar och kombinerad kyl/frys
		05312xxxx	Tvättmaskiner, frysar och kombinerad kyl/frys
		0531201	Diskmaskin
		0531202	Tvättmaskin
		0531203	Torktumlare/torkskåp
		0531204	handdukstork el
		05313xxxx	Spisar och mikrovågsugnar
		0531301	Spis
		0531302	Mikrovågsugn
		05314xxxx	Värmelement och luftkonditioneringsapparater
		0531401	Fläkt
		0531402	Element
		0531403	infravärme
		05315xxxx	Städmaskiner
		0531501	Dammsugare
		0531502	Dammsugartillbehör - dock ej dammsugarpåsar

I, K Hushållsutrustning, forts.

		05316	Sy- och stickmaskiner
		05317	Annan större hushållsutrustning
		0532xxxx	Mindre elektriska hushållsapparater
		05321xxxx	Mindre elektriska hushållsapparater
		0532101	Brödrost
		0532102	Elvisp
		0532103	Kaffebryggare
		0532104	Konservöppnare el
		0532105	Våffeljärn
		0532106	Smörgåsgrill
		0532107	Vattenkokare
		0532108	Strykjärn
		0532109	Matberedare
		0533xxxx	Reparation av hushållsapparater
		05331	Reparation av hushållsapparater
		05411xxxx	Artiklar av glas och kristall samt porslin och bestick
		0541101	Bestick
		0541102	Glas
		0541103	Koppar, muggar
		0541104	Uppläggningsfat, skålar, vaser, porslin
		05412xxxx	Bestick, tallrikar, fat och silverbestick
		0541201	Silverbestick
		0541202	Tallrik
		05413	Köksutensilier/matlagningsredskap och hushållsartiklar
		05414	Lagning av glas, porslin och bestick samt övrigt husgeråd
		0541	Glas, porslin och bestick samt övriga husgeråd
		055	Verktyg och redskap för hus och trädgård
		0562	Hushållstjänster och tjänster för skötsel av hemmet
		0562201	Hyra möbler
		0562202	Omlädsel möbler
		1212101	Hårtork
		1212102	Ladyshave
		1212103	Rakapparat
		1212104	Locktång, plattång
		1212105	Eltandborste
		12321	Reseffekter och andra väskor och etuier
		06	Hälsovård
<b>K</b>	<b>HÄLSO- OCH SJUKVÅRD</b>		
<b>I, K</b>	<b>TRANSPORT</b>		
I	Inköp av bil	0711xxxx	Inköp av bil - ospec
		07111	Ny bil
		07112	Begagnad bil
		07122	Såld bil
I, K	Inköp av övriga persontransportmedel	0712xxxx	Motorcyklar - ospec
		07121	Motorcykel, moped, skoter
		0921101	Husvagn/släpvagn
		0713	Cyklar
		0714	Fordon som dras av djur

**I, K TRANSPORT, forts.**

I, K	Drift av bil	0721101	Bildäck
		0721102	Bildelar, bitillbehör
		072210101	Bensin bil
		072210201	Diesel bil
		0722103	Smörjmedel, oljor, kylvätskor och tillsatser
		0722104	Övrigt bränsle till fordon, tex metanol, el
		0723101	Reparation bil
		072410101	Besiktning (bil), bilprovning
		072410102	Hyrbil
		072410103	Parkeringsavgift
		072410104	Självrisk bil
		072410105	Körkortsutbildning
		072410106	Broavgift
		1254101	Bilförsäkring
I, K	Ränta (bil - brutto), bilskatt	2221	Ränteutgifter, billån
		231	Bilskatt, vägskatt
K	Drift av övriga persontransportmedel	0721103	Övriga tillbehör till persontransportmedel, ej bil
		072210102	Bensin ej bil
		072210202	Diesel ej bil
		0723102	Reparation MC, moped, skoter
		0723103	Reparation cykel
		0724102	Hyra husvagn
		0724103	Hyra släpkärra
		0724104	Besiktning, ej bil
		0724105	Hyra av cykel
		0724106	Flygplanshyra
		1254102	Båtförsäkring
		1254103	MC/moped-försäkring
		1254104	Husvagnsförsäkring
		1254105	Skoterförsäkring
		1254106	Släpvagnsförsäkring
		1254107	Husbilsförsäkring
K	Ränta (ej bil - brutto), fordonskatt (ej bil)	2222	Ränteutgifter, båtlån
		232	Skatt på skoter
		233	Skatt på husvagn
		073	Transporttjänster
I, K	Lokalresor, transporttjänster		
<b>I,K,R</b>	<b>FRITID OCH KULTUR</b>		
	Fritidsbostad	25	Arrende, hyra, värme etc. för fritidshus
		1252104	Fritidshusförsäkring
		256000000	Fastighetsskatt fritidshus
		225	Ränteutgifter, fritidshus
I, K	Radio och TV	08211	Telefon- och telefaxutrustning
		09111	Utrustning för mottagning, inspelning och återgivning av ljud
		0911201	TV
		0911203	Video/DVD



**I,K,R FRITID OCH KULTUR, forts.**

I, K	Lek, sport, hobby	0921105	Större idrottsartiklar
		09221	Musikinstrument
		09222	Större varaktiga konsumtionsvaror för inomhusbruk
		09231	Underhåll och reparation av övriga större varaktiga konsumtionsvaror för rekreation och kultur
		0931101	TV-spel/playstation/dataspel
		0931102	Leksaker och hobby
		0932101	Skor som är särskilt avsedda för en viss sport
		0932102	Skyddsutrustning som är avsedd för en viss sport
		0932103	Övrig utrustning för sport, ej fiske
		0932104	Fiskeredskap
		0914101	CD-skiva, dvd-skiva
		0914102	LPskiva
		0914103	Kassettböcker
		0914104	Kassetband
		0914105	Videoband köpt
		0914106	Diskett
		0941102	Avgift för idrottsutövande (inkl medl.avg. till idrottsför.)
		0941103	Avgift för utövande av musik och teckning etc.
		0932105	Övrig utrustning för camping och friluftsliv
		0932106	Grill
		0932107	Grillkol etc.
I, K	Ur, kamera, fototjänster	0912101	Kamera, filmkamera
		0912102	Kameratillbehör
		0912201	Kikare
		1231101	Smycke
		1231102	Klocka
I, K	Resor, hotell	096110101	Skolresa
		096110102	Inrikesresa
		096610201	Utrikesresa, del betald i Sverige
		096610202	Utrikesresa, del betald utomlands
		1121101	Hotell
		1121102	Camping
		1121103	Vandrarhem
I, K	Övrig fritid	09131	Informationsbehandlingsutrustning
		092110201	Båt, båtmotor
		092110202	Båttillbehör
		092110203	Båtplats, båtreparation, hamnavgift, hyrbåt
		0921103	Flygplan
		092110401	Får, höns, häst, ponny
		092110402	Tillbehör till djur - ej husdjur
		092110403	Veterinärtjänster - ej husdjur
		0934101	Husdjur
		0934102	Husdjurstillbehör
		0935101	Hundvakt, kattvakt etc.
		0935102	Veterinär - husdjur
		09431	Hasardspel
		0911202	Parabolantenn och parabolabonnemang

I, K Övrig fritid, forts.

	09151	Reparation av audiovisuell, fotografisk och informationsbehandlingsutrustning
	1232201	Solfjäder
	1232202	Solglasögon
	1232203	Babyartiklar
	1232204	Tändare
	1232205	Fickkniv
	1232206	Samlarbilder
	1232207	Majblomma
	1232208	Nyckelring
	1232209	Paraply
	1232210	Reflex
	1232211	Påskägg
	1232212	Simmärke, scoutmärke etc.
	1232213	Smyckeskrin
	1232214	Sparbössa
	1232215	Studentdjur
	1232217	Värmedyna
	09331	Trädgård, växter och blommor
I, K Underhållning	0941101	Avgift för idrottsevenemang mm
	0941104	Avgift för tivoli, nöjesfält, marknad etc.
	0942101	Bio
	0942102	Opera, revy, teater, musikal
	0942103	Inträde konsert
	0942104	Cirkus
	0942105	Mässa
	0942106	Inträde ospec
	0942201	Djurpark
	0942202	Inträde museum
	0942203	Zoologisk trädgård
I,K,R Böcker, tidningar, TV-licens etc.	08111	Posttjänster
	083110103	Internetabonnemang
	083110104	Internetcafe
	0942204	Bibliotek
	0942301	Tv-avg
	0942302	Kabel-tv, satellit-tv
	0942303	Hyra tv, video/dvd
	0942304	Hyra film
	0942305	Hyra tv-spel
	0942401	Fototjänster
	09511	Böcker
	0952101	Dagstidning
	0952102	Veckotidning, månadstidning
	09531	Diverse trycksaker
	09541	Skriv- och ritmaterial
I, K Mobiltelefon (samtal och abonnemang)	083110102	Abonnemang och samtalskostnad mobiltelefon
	0831102	Telefonkort, mobil
I, K Fast telefon (samtal och abonnemang)	083110101	Abonnemang och samtalskostnad fast telefon
	0831103	Övriga telefon- och telefaxtjänster

Källa: SCB, Hushållens utgifter

KONSUMTIONSRAPPORTEN 2010 presenterar statistik om den privata konsumtionen i Sverige under 2009 samt analyser av tre områden. I rapporten finns översikter över konsumenters utgifter inom olika områden och hur de förändrats sedan 1999. Rapporten visar också utvecklingen av priserna och välbefinnande under perioden. Forskare som samarbetar med CFK har i fördjupningsavsnitten analyserat den svenska alkoholkonsumtionen och svårigheter att mäta denna, hushållens konsumtion av förbrukningsvaror samt hushållens ökande utgifter för elektricitet. Denna Konsumtionsrapport är sammanställd av fil dr John Magnus Roos vid CFK.

Centrum för konsumtionsvetenskap (CFK) är Sveriges ledande tvärvetenskapliga forskningscentrum på konsumtionsområdet. CFK grundades 2001 och finns vid Handelshögskolan, Göteborgs Universitet. Vid CFK möts forskare från olika områden för att bedriva tvärvetenskaplig forskning om konsumtion och konsumtionsmönster. Under perioden 2008-2010 får CFK ekonomiskt stöd för administration, kommunikation och forskningsinitiering från Miljönämnden och Regionutvecklingsnämnden i Västra Götalandsregionen.

Mer information om CFK finns på

[www.cfk.gu.se](http://www.cfk.gu.se)